Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный университет»

(СПбГУ)

УДК 316.42

Рег № НИОКТР

АААА-А18-118042690176-7

Инв. № 34835626

УТВЕРЖДАЮ

Начальник Управления

научных исследований СПбГУ

\_\_\_\_\_\_\_ Е. В. Лебедева

« »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_ г.

ОТЧЁТ

О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ:

«Концепция коммуникативного капитализма: теоретико-методологические основания и эмпирическая операционализация»

по гранту РФФИ

№ 18-011-00496 от 28.02.2018

Руководитель НИР,

профессор,

д. социол. н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Д. П. Гавра

*подпись*

Санкт-Петербург

2019

СВЕДЕНИЯ ОБ ИСПОЛНИТЕЛЕ

**Исполнитель НИР:** Гавра Дмитрий Петрович, доктор социологических наук, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет».

Контактная информация: 8 (901) 137-06-00, dgavra@mail.ru

**Источник финансирования НИР:** исследование финансируется за счёт гранта РФФИ № 18-011-00496

Исполнитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д. П. Гавра

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

РЕФЕРАТ

**Объект исследования:** концепция коммуникативного капитализма как макросоциологическая критическая теория

**Цель проекта:** обоснование объяснительного потенциала концепции коммуникативного капитализма как макросоциологической критической теории и анализ ее применимости для интерпретации современного состояния российского общества

В исследовании был использован в первую очередь теоретико-социологический инструментарий, предполагаемый критической парадигмой. Были привлечены классическая и постнеклассическая методология.

Произведена аналитическая деконструкция концепции коммуникативного капитализма и ее парадигмальное позиционирование. Выявлен и детально описан объяснительный потенциал концепции как макросоциологической критической теории и определены области ее применимости для интерпретации современного состояния трансформирующегося социума. Произведено концептуальное обоснование нового измерения социальной стратификации в информационно-сетевом обществе. Предложена структурная модель новых субъектов властных практик в рамках экономики внимания, показаны механизмы конвертации коммуникативного капитала в иные виды капиталов. Обоснованы операциональные дефиниции базовых концептов коммуникативного капитализма. Предложены подходы к эмпирической верификации нового измерения социального неравенства.

Результаты исследования обладают несомненной практической значимостью. Модели, предлагаемые авторами, послужат основой для разработки методологии анализа динамики властных отношений в условиях цифровизации общественно-политических отношений и изменения роли медиа в них. Методология может быть применена для повышения объективности информации о состоянии обозначенных отношений, а также для разработки коммуникативной стратегии актора, в том числе актора, участвующего в политической жизни страны (на пример в течение электорального цикла или в рамках кампании по привлечению внимания к критическим проблемам общества). Применима она и для разработки стратегии акторов медийных (например, медиахолдинга или телеканала, рассматривающего возможность развития в Интернете).

 Концепция коммуникативного капитализма в будущем может быть трансформирована в объяснительную теорию нового политико-экономического неравенства сетевого общества, базирующегося на медиатизации и цифровизации властных отношений.

ВВЕДЕНИЕ

Проект посвящен развитию концепции коммуникативного капитализма, которая входит в группу социальных теорий, анализирующих противоречия цифровой формации в рамках критической парадигмы. В результате выполнения проекта произведена аналитическая деконструкция концепции коммуникативного капитализма в теоретико-методологическом аспекте. Осуществлено парадигмальное позиционирование коммуникативного капитализма как критической теории цифрового общества. Она введена в отечественную социологию как ветвь **интегрального критического диджитализма**, имеющая в своем основании базовые положения политической экономии внимания.

Актуальность проекта обусловлена продолжающейся цифровой трансформацией современного мира и социально-политическими проблемами, которая эта трансформация порождает. В последнее время в фокус теоретических исследований в области социологии, политической теории коммуникации и теории медиа попадают практики человека «цифровой эпохи», формирующиеся на фоне таких процессов, как медиатизация и коммодификация повседневной коммуникации, формирование сетевого общества, автономизация посткапиталистического сектора. Исследования, выполненные в рамках критической теории общества, играют все большую роль в научных дискуссиях об эффектах, которые изменившийся технологический уклад оказывает на современного индивида. К числу подобных исследований относится концепция коммуникативного капитализма, рассматривающая с позиций критического анализа экономические, политические и социальные противоречия новой формации, ставшей возможной благодаря глобальной сети Интернет.

Исследования, посвященные анализу цифровой формации и социально-политических проблем, возникающих в связи с переходом от индустриального общества к постиндустриальному, многочислены. Различные школы и подходы работают как на концептуальном, теоретическом уровне, так и на уровне эмпирическом, проводя точечные исследования и эксперименты. Большую роль играют представители критического подхода, обратившие внимания на неразрешимые общественные противоречия, несправедливость в распределении благ и идеологическое обоснование неравенства.

В рамках критического подхода можно выделить ряд концепций, делающих упор на дигитальное измерение современного общества. Среди этих концепций: «власть коммуникации» (М. Кастельс), «креативный класс» (Р. Флорида), «прекариат» (Г. Стэндинг), «новый дух капитализма» (Л. Болтански, Э. Кьяпелло), «сетевая культура» (Т. Терранова), «обобщенный интеллект» (М. Хардт и А. Негри, П. Вирно. Н. Даер-Визефорд), «цифровой труд» (К. Фукс, С. Севиньяни), «когнитариат» (Ф. Беррарди), «когнитивный капитализм» (Й.-М. Бутанг), «коммуникативный капитализм» (Дж. Дин), "Спектакль 2.0" (Д. Кельнер), "следующий Интернет" (В. Моско).
Отдельные положения развиваемой нами концепции коммуникативного капитализма нашли отражения в работах А. Гэллоуэя, Т.Г. Смита, К. Фоше, Д. Мамби, Д. Крепса. В. Костакиса, С. Линдгрен, Д. Хилла, О. Ютеля, Д. Гарсия-Фаваро, Б. Никсона, Н. Коэн. П. Кэндона и др.

Коммуникативный капитализм, равно как и другие концепции, по-своему моделирует новую социальную динамику и высвечивает противоречия англобализующегося неолиберального мира, осваивающего сетевые информационные технологии. В то же время обозначенные концепции не лишены слабых мест по части эмпирической верификации. Практически ни одна из них не предлагает работающих инструментов анализа, ограничиваясь вопросами общего характера, зачастую — и вовсе риторическими фигурами и абстрактными метафорами.

С другой стороны, теоретическая узость критической парадигмы не позволяет выйти не метатеоретический уровень, объединив методологии социальной науки с последними достижениями в области политического анализа, политических технологий, коммуникативистики, связей с общественностью, макро- и микроэкономики, и др.

При этом очевидна недостаточность и теоретических метамоделей, которые позволяют не только интерпретировать эти процессы, но и предвидеть нарастающие противоречия и конфликты. Среди проблем, формирующих новые типы социальной динамики цифрового общества, можно выделить усложнение социальной стратификации, появление новых измерений социального расслоения, возникновение новых властных практик с соответствующими новыми властными акторами.

Коммуникативный капитализм, как теория интегрального критического диджитализма, рассматривает эту проблематику в контексте политической экономии внимания Интернет-аудиторий. Концепция опирается как на фундаментальные междисциплинарные исследования, так и на анализ практического опыта взаимодействия «цифровых аборигенов» и «коммуникативных капиталистов» с постоянно меняющейся сетевой средой.

В основе исследования, подразумевающего дальнейшее развитие концепции, лежит фокусирование теории на исследовании использования новыми властными агентами практик господства и закрепления (в том числе символического) новых отношений труда и капитала.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ОТЧЕТА НИР

Проект посвящен аналитической деконструкции и развитию концепции коммуникативного капитализма: генезису, месту в парадигме гуманитарного знания, основным положениям и проблематике, а также развитию этой концепции в прагматическом аспекте. Признанная в зарубежной науке о медиа и обладающая оригинальной оптикой по отношению к общественно политическим противоречиям новой «цифровой формации», эта концепция нуждается не только в выявлении объяснительного потенциала и позиционировании в ряду современных социально-политических теорий, но также и во введении в отечественный научный дискурс.

**Цель проекта:** обоснование объяснительного потенциала концепции коммуникативного капитализма как макросоциологической критической теории и анализ ее применимости для интерпретации современного состояния российского общества.

**Задачи проекта:**

1. Концептуальное обоснование нового изменения социальной стратификации в информационно-сетевом обществе (коммуникативная эксплуатация аудитория новым «классом» выгодоприобретателей в контексте экономики внимания) на базе теоретико-социологической операционализации концепта «коммуникативный капитализм» как формы общественно-политического устройства с высокими удельным весом ресурсов, обращающихся в медиатизированной информационного-коммуникационной сфере.
2. Разработка инструментария эмпирической верификации процессов воспроизводства форматов и практик коммуникативного капитализма в обществах современного типа.
3. Определение потенциала эмпирической верификации базовых подходов концепции коммуникативного неравенства и разработанных на его базе объяснительных моделей динамики сетевого общества (в аспекте коммуникативной эксплуатации и эксплуатации внимания)

Выполненное междисциплинарное исследование, существуя в критической парадигме, и опираясь на её магистральные исследования и работы (Т. Терранова, К. Фукс, П. Вирно, Дж. Дин, Ф. Беррарди и др.), обращается и к некритическим работам в таких областях научного знания как социология, политология, теория коммуникации, теория медиа. В исследовании был использован в первую очередь теоретико-социологический инструментарий, предполагаемый критической парадигмой. Акцент в исследовании был сделан на демонстрацию, в первую очередь, социологическим способом предполагаемого наличия коммуникативной эксплуатации на микро- и макроуровнях, формирования новых властных акторов.

ЭТАП 1. КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОБОСНОВАНИЕ НОВОГО ИЗМЕРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ

Для решения первой задачи по развитию категориального аппарата концепции, был проведен широкий анализ теоретических источников (в первую очередь, зарубежных). На базе этого анализа, а также имеющихся наработок коллектива, концептуализированы базовые понятия исследуемой теории.

Концепция коммуникативного капитализма интерпретирует трансформацию медиаполитического взаимодействия в условиях конвергенции крупного капитала (в том числе и медийного) и неолиберальных политических акторов. Политическая аудитория, одновременно являющаяся объектом воздействия СМИ и политических коммуникаторов, как бы «оттеснена» в Интернет (также находящийся под влиянием новых агентов власти), наполненный развлекательным продуктом. Тем самым создаются условия для нивелирования политического участия граждан в политических процессах на глобальном уровне, когда сами эти действия служат поддержанию сложившегося порядка и не ведут к его изменению.

В рамках проекта обоснован объяснительный потенциал концепции коммуникативного капитализма как макросоциологической критической теории. Произведена аналитическая деконструкция концепции коммуникативного капитализма и ее парадигмальное позиционирование. Выявлены непроработанные в теоретическом плане лакуны в концепции коммуникативного капитализма и предложено развитие данного парадигмального направления. Также выявлен и детально описан объяснительный потенциал концепции коммуникативного капитализма как макросоциологической критической теории и определены области ее применимости для интерпретации современного состояния трансформирующегося социума.

«Коммуникативный капитализм» вводится в отечественную социологию как ветвь интегрального критического диджитализма, исследующая явления на макро- и микроуровнях и рассматривающая динамику и эволюцию взаимоотношений цифровых технологий и коммуникативных практик на основании новейших подходов политической экономии внимании и классических императивов конфликтных социологических парадигм. Произведено концептуальное обоснование нового измерения социальной стратификации в информационно-сетевом обществе (через механизмы эксплуатации и отчуждения внимания аудитории аудитория новым кластером выгодоприобретателей).

ЭТАП 2. РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТАРИЯ ЭМПИРИЧЕСКОЙ ВЕРИФИКАЦИИ

Для решения второй задачи по разработке инструментария эмпирической верификации процессов воспроизводства форматов и практик коммуникативного капитализма рассмотрен процесс накопления коммуникативного капитала и его основные метрики.

Базовый ресурс, вокруг которого строятся отношения власти и неравенства — внимание интернет-пользователя, выполняющего неоплачиваемую нематериальную работу на том или ином участке Сети. Монетизация результатов этой работы (цифрового следа, комментариев, реакций, текстов и т.п.) позволяет части пользователей концентрировать у себя прибыли, реинвестируемые в создание профессионального продукта. Рутинизация и ритуализация коммуникативной работы на одном и том же участке Сети превращают ее в коммуникативный труд, а денежные средства, извлекаемые выгодоприобретателем на участке Сети, становятся коммуникативным капиталом. Коммуникативный капитал — это стоимость, возрастающая: 1) в процессе выстраивания экономических отношений с пользователями, чье внимание было удержано на участке Сети; 2) а процессе отчуждения продукта коммуникативного труда этих пользователей и его монетизации.

В рамках проекта разработан категориальный аппарат концепции. Конкретизируются понятия «коммуникативный капитал» и «коммуникативный труд» (а также проводится разграничение с «коммуникативным досугом» и «коммуникативной работой»). Вводится понятие «рынок внимания». Уточняются практики накопления коммуникативного капитала путем привлечения и удержания внимания аудитории, стимулирования ее к совершению неоплачиваемых активностей на контролируемом выгодоприобретателем участке сети. Предложены типологические модели формирования новых субъектов властных практик на микро- и макроуровнях в информационно-сетевом обществе.

Предложена структурная модель новых субъектов властных практик в рамках экономики внимания (локальные трафик-монополисты, сетевые элиты, сетевые бренды), показаны механизмы конвертации коммуникативного капитала в иные виды капиталов. Обоснованы операциональные дефиниции базовых концептов коммуникативного капитализма — цифрового труда, коммуникативной эксплуатации, коммуникативного капитала. Предложены подходы к эмпирической верификации нового измерения социального неравенства — коммуникативного неравенства в аспекте коммуникативной эксплуатации и эксплуатации внимания.

ЭТАП 3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ЭМПИРИЧЕСКОЙ ВЕРИФИКАЦИИ

 Концепция коммуникативного капитализма проблематизирует преломление медиаполитического взаимодействия в сетевом пространстве. Появляются новые конфигурации отношений между политическими, медийными и сетевыми акторами. Эти конфигурации порождают специфические политические последствия, характерные исключительно для информационно-сетевой формации. В зависимости от того, каким влиянием обладают медиакраты и каким — коммуникативные капиталисты, в сетевом пространстве возникают четыре сценария медиаполитической динамики: «Белые пятна», «Контрпропаганда», «Контроль» и комплексный «Статус-кво» / «Сотрудничество» / «Конкуренция».

Для решения задачи по определению потенциала эмпирической верификации базовых подходов концепции коммуникативного неравенства и разработанных на его базе объяснительных моделей динамики сетевого общества проведены предварительные исследования основных метрик на трех уровнях цифрового пространства: аппаратном (hardware), программном (software) и коммуникативном (wetware). Дополнительно к этому выполнен анализ процессов взаимопроникновения медийного, политического и цифрового подпространств социального пространства и возникновения на их пересечении противоречий между соответствующими субъектами.

Также были проведены исследования практик в виде нескольких case studies. Выявленные макроэкономичекие индикаторы, а также группы практик, используемых «цифровыми акторами» на микроуровне, были дополнены результатами формализованного анализа текстов, опубликованных в сети интернет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты, полученные в ходе реализации проекта находятся на уровне лучших мировых достижений в рассматриваемой сфере теоретической социологии информационно-сетевого общества. Авторы внесли новый вклад в критическую теорию коммуникативного капитализма. В частности, проведенная теоретико-методологическая деконструкция основополагающих положений наиболее развитой и популярной концепции Д. Дин, дана характеристика слабых мест и непроработанных лакун данной концепции. Сформулированы подходы к преодолению выявленных недоработок.

Авторы предложили концептуальное обоснование нового измерения социальной стратификации в информационно-сетевом обществе (через механизмы эксплуатации и отчуждения внимания аудитории аудитория новым кластером выгодоприобретателей).
Состояние исследований в рамках данных парадигматических построений характеризуется противоречивостью. С одной стороны, область отношений, ставшая предметом исследования, характеризуется большой степенью теоретической проработки с точки зрения структурно-функционального, системного и критического подходов. С другой стороны, развиваемый западными теоретиками критический подход к сетевой социальной динамике обладает некоторыми лакунами именно в прагматическом аспекте: эмпирическая верификация приносится жертву броским метафорам и упрощенным, в ряде случаев идеологически ангажированным моделям, которые описывают противоречивое информационно-сетевое общество, но не раскрывают сущность самих противоречий. Еще одним важным аспектом, потребовавшим переработки и движения вперед, стал сам объяснительный понятийный аппарат, перенасыщенный двусмысленными неоперационализованными концептами, зачастую лишенный ясности, наследующий устаревшему тезаурусу марксистских исследований.

Для преодоления этих проблем в рамках развиваемой концепции в результате реализации проекта обоснованы новые операциональные дефиниции базовых концептов коммуникативного капитализма – цифрового труда, коммуникативной эксплуатации, коммуникативного капитала.

В качестве нового результата мирового уровня могут также рассматриваться разработанная структурная модель новых субъектов властных практик в рамках экономики внимания (локальные трафик-монополисты, сетевые элиты, сетевые бренды) а также раскрытие механизмов конвертации коммуникативного капитала в иные виды капиталов.

Выводы исследования могут быть включены в свои исследования теми представителями академической среды, чьи научные интересы касаются критической медиа-теории и вопросов свободы и власти в интернет-пространстве. Также материалы исследования могут быть использованы при подготовке лекционных и семинарских занятий по курсам «Цифровая трансформация общества: тренды, технологии, игроки», «Индустрия 4.0: технологии и коммуникации», «Теория политической коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью». Терминология и методология, разработанные в проекте, могут быть применены бизнес-консультантами для анализа медиаполитического взаимодействия в сетевом пространстве, в том числе, для измерения эффективности политических кампаний в зависимости от сложившегося баланса отношений на пересечении медийного, политического и цифрового пространств социума.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПРОЕКТА

1. Gavra D.P., Dekalov V.V. Communicative capital and communicative exploitation in digital society // Proceedings of the 2018 IEEE Communication Strategies in Digital Society Workshop. 2018. P. 22–26. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=8354957> ГКД
2. Гавра Д.П., Декалов В.В. Борьба за власть при коммуникативном капитализме: конкуренция и кооперация игроков сетевого пространства // Российская школа связей с общественностью. 2018. Т. 11. С. 11–24. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=35147171
3. Гавра Д.П., Декалов В.В. Коммуникативный капитализм: методологические предпосылки и парадигмальное позиционирование // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. №1. С. 27–43. URL: https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.1.2
4. Гавра Д.П., Декалов В.В. Заменят ли блогеры журналистов? Институциональные и неинституциональные игроки на пересечении медиа и сетевого пространств // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Т. 10. №3-2. С. 75–82. URL: https://doi.org/10.17748/2075-9908-2018-10-3/2-75-82
5. Гавра Д.П., Декалов В.В. Цифровой брендинг и коммуникативная капитализация как факторы власти в цифровом пространстве // Евразийский союз ученых. 2018. № 9(54). С. 4–7. URL: <http://euroasia-science.ru/wp-content/uploads/2018/10/Euroasia_-%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8F%D0%B1%D1%80%D1%8C_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB_5_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C-21.pdf>
6. Гавра Д.П., Декалов В.В. Цифровая элита vs. аналоговая элита: трансформация социальной стратификации в сетевую эпоху // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. 2018. N. 4. С. 118–128. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36460845>
7. Декалов В. В. Дигитальная критическая теория медиа: основания и объяснительные возможности // Медиаскоп. 2018. No2. С. 5. URL: <http://www.mediascope.ru/2443>
8. Таранова Ю.В., Гавра Д.П., Декалов В.В. Связи с общественностью в новой цифровой реальности: этика, доверие, кризисы // Российская школа связей с общественностью. 2018. Т. 11. С. 11–24. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35147186>

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Литература**
2. Альтюссер, Л. За Маркса / Л. Альтюссер. - М.: Праксис, 2006. - 392 с.
3. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт. - М.: Академический проект, 2017. – 351 с.
4. Бек, У. Общество риска / У. Бек. - М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
5. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. / Ж. Бодрийяр. - М.: Республика; Культурная революция, 2006. - 269 с.
6. Болтански, Л., Кьяпелло, Э. Новый дух капитализма / Л. Болтански, Э. Кьяпелло. - М.: Новое литературное обозрение, 2011. - 976 с.
7. Бурдье, П. Социальное пространство: поля и практики / П. Бурдье. - СПб.: Алетейя, 2014. - 576.с.
8. Бурдье, П. Социология социального пространства / П. Бурдье. - М.: Алетейя, Институт экспериментальной социологии, 2007. - 288 с.
9. Вирно, П. Грамматика множества: к анализу форм современной жизни / П. Вирно. - М.: Ад Маргинем Пресс, 2013. - 160 с.
10. Гидденс, Э. Последствия современности / Э. Гидденс. - М.: Праксис, 2011. - 352 с.
11. Грамши, А. Искусство и политика. В двух томах. Том. 1 / А. Грамши. - М.: Искусство, 1991. - 475 с.
12. Грачев, М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: монография / М.Н. Грачев. - М.: Прометей, 2004. - 328 с.
13. Дебор, Г. Общество спектакля / Г. Дебор. - М.: Опустошитель, 2014. - 232 с.
14. Делез, Ж., Гваттари, Ф. Анти-Эдип. Капитализм и шизофрения / Ж. Делез, Ф. Гваттари. - Екатеринбург.: У-Фактория, 2007. - 570 с.
15. Жижек, С. Возвышенный объект идеологии / С. Жижек. - М.: Художественный журнал, 1999. - 234 с.
16. К мобильному обществу: утопии и реальность / Под редакцией Я.Н. Засурского. - М.: Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 2009. - 304 с.
17. Кастельс, М. Власть коммуникации / М. Кастельс - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. - 564 с.
18. Кин, Дж. Демократия и декаданс медиа / Дж. Кин. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. - 312 с.
19. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар. - СПб.: Издетальство "Алетейя", 1998. - 160 p.
20. Маккуайр, С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / С. Маккуайр. - М.: Strelka Press, 2014. - 392 с.
21. Маклюэн, М. Понимание Media / М. Маклюэн. - М.: Кучково поле, 2014 - 464 с.
22. Маркузе, Г. Критическая теория общества: Избранные работы по философии и социальной критике / Г. Маркузе. - М.: АСТ: Астрель, 2011. - 382 с.
23. Паризер, Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? / Э. Паризер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. - 304 с.
24. Поцелуев, С.П. Диалог и квазидиалог в коммуникативных теориях демократии. Монография / С.П. Поцелуев. - Ростов-на-Дону: СКАГС, 2010. - 496 с.
25. Стэндинг, Г. Прекариат: новый опасный класс / Г. Стэндинг. - М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. - 328 с.
26. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер - М.: Аспект Пресс, 2004. - 400 с.
27. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. - М.: Издательский дом «Классика XXI», 2007 - 430 с.
28. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. - СПб.: Наука, 2001. - 380 с.
29. Харауэй, Д. Манифест киборгов. Наука, технология и оциалистический феминизм 1980-х / Д. Харауэй. - М.: Ад Маргинем, 2017. - 128 с.
30. Хардт, М., Негри, А. Империя / М. Хардт, А. Негри. - М.: Праксис, 2004. - 440 с.
31. Хоркхаймер, М., Адорно, Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. - М.: Медиум, 1997 - 312 с.
32. Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М.А. Шишкина. - СПб.: Изд-ва «Паллада-медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ», 2002. - 444 с.
33. Berardi, F. Precarious Rhapsody. Semiocapitalism and the Pathologies of the Post-Appha Generation / F. Berrardi. - London. - 157 p.
34. Berardi, F. The Mind’s We: Morpfogenesis and the Chaosmic Spasm. The Psychopathologies of cognitive capitalism: part one (Ed. By Boever A.D., Neidich W) / F. Berrardi. - Berlin: Archive Books, 2013. - P. 7-32
35. Boyd-Barret, O. Media Imperialism / O. Boyd-Barret. - London: Sage, 2015. - 222 p.
36. Brophy, E., Peuter, G. Labors of Mobility: Communicative Capitalism and the Smartphone Cybertariat. Theories of Mobile Internet: Materialities and Imaginaries (Ed. by A. Herman, J. Hadlaw, T. Swiss) / E. Brophy, G. de Peuter. - New York: Routledge, 2015.
37. Chomsky, N., Herman, E.S. Manufacturing Consent: The Political economy of Mass Media / N. Chomsky, E.S. Herman. - New Yok: Pantheon Books, 1988. - 412 p.
38. Cohen, N.S. Commodifying Free Labor Online: Social Media, Audiences, and Advertising. The Routledge Companion to Advertising and Promotional Culture / N.S. Cohen. - New York: Routledge, 2013. - P. 177-191.
39. Cooke, P., Morgan, K. The Associational Economy. Firms, regions and innovation / P. Cooke, K. Morgan. - Oxford: Oxford University Press, 1998. - 247 p.
40. Davenport, T.H., Beck, C.B. The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business / T.H. Davenport, C.B. Beck. - Boston: Harvard Business School Press, 2001. - 255 p.
41. Dean, J. Blog Theory / J. Dean - Cambridge; Malden: Polity Press, 2010. - 143 p.
42. Dean, J. Collective desire and the pathology of the individual. The Psychopathologies of cognitive capitalism: part one (Ed. By Boever A.D., Neidich W.) / J. Dean - Berlin: Archive Books, 2013. - P. 69-88.
43. Dean, J. Communist Horizon / J. Dean. - London, New York: Verso, 2012. - 250 p.
44. Dean, J. Crowds and Party [Electronic resource] / J. Dean. - London, Brooklyn: Verso, 2016. - 288 p.
45. Dean, J. Democracy and other neoliberal fantasies. Communicative capitalism and left politics / J. Dean. - Durham, London: Duke University Press, 2009. - 218 p.
46. Dean, J. Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy/ J. Dean - Ithaca & London: Cornell University Press, 2002. - 197 p.
47. Digital Labour: The Internet as Playground and Factory (Ed. By Scholz, T.) - London: Routledge, 2014. - 264 p.
48. Fuchs, C. Critical Theory of Communication: New Readings of Lukacs, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet/ C. Fuchs. - London: University of Westminster Press. - 230 p.
49. Galloway, A. The Interface Effect / A. Galloway. - Cambridge: Polity, 2012 - 170 p.
50. Halliday, M.A.K. Learning how to mean: explorations in the development of language. Explorations in Language Study Series (Ed. By P. Doughty, G. Thornton) / M.A.K. Halliday. - London: Edward Arnold, 1975. - P. 114-164.
51. Harvey, D. A Brief History of Neolibaralism / D. Harvey - New York: Oxford University Press, 2005. - 247 p
52. Harvey, D. Seventeen Contradictions and the End of Capitalism / D. Harvey. - London: Profile Books, 2014. - 313 p.
53. Hill, D. The Pathology of Communicative Capitalis / D. Hill. - London: Palgrave Pivot, 2015. - 82 p.
54. Hoggart, R. Mass media and mass society. Myth and Reality / R. Hoggart. - New York, London: Continuum, 2004. - 214 p.
55. Kellner, D. Preface: Guy Debord, Donald Trump, and the Politics of the Spectacle. The Spectacle 2.0. Reading Debord in the Context of Digital Capitalism (Ed. By Briziarelli M, Armano E) / D. Kellner. - London: Westminster University Press, 2017 - 239 p.
56. Marazzi, C. Capitalism and Language: From the New Economy to the War Economy / C. Marazzi. - Los Angeles, CA: Semiotexte, 2008. - 168 p.
57. McQuail’s mass communication theory / D. McQuail. - London, Thousand Oaks, New Dehli: 2000. - 542 p.
58. Miliband, R. Socialism for a Sceptical Age / R. Miliband. London, New York: Verso, 1995. - 212 p.
59. Murdock, G., Petts, J., Horlick-Jones, T. After Amplification: Rethinking the Role of Media in Risk Communication. The Social Amplification of Risk (Ed. by N. Pidgeon, R.E. Kasperson, P. Slovic) / G. Murdock, J. Petts, T. Horlick-Jones. - Cambridge: Cambridge University Press, 2003. - 449 p.
60. Nixon, B. Recovering Audience Labor from Audience Commodity Theory: Advertising as Capitalizing on the Work of Signification. Explorations in Critical Studies of Advertising (Ed. by J.F. Hamilton, R. Bodle, E. Korin) / B. Nixon. - New York: Routledge, 2017. - P. 99-114.
61. Raspe, O., van Oorrt F. The Knowledge Economy and Urban Economic Growth. / O. Raspe, F. van Oorrt - Utrecht: Urban and Regional research center Utrecht (URU), Faculty of Geosciences, Utrecht University, 2004. - 34 p.
62. Rossi, U. Cities in the Global Capitalism / U. Rossi. - London: Polity, 2017. - 176 p.
63. Schiller, H. Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America / H. Schiller. - New York, London: Routledge, 1996. - 152 p.
64. Simanowski, R. Data Love: The Seduction and Betrayal of Digital Technologies / R. Simanowski. - New York: Columbia University Press, 2016. - 176 p.
65. Smith, T.G. Politicizing Digital Space: Theory, the Internet, and Renewing Democracy / T.G. Smith. - London: University of Westminster Press, 2017. - 147 p.
66. Stiegler, B. Within the limits of capitalism, economizing means taking care [Electronic resourse] / B. Stiegler // Ars Industrials. - URL: http://www.arsindustrialis.org/node/2922
67. Terranova, T. Network Culture: Politics for the Information Age / T. Terranova. - London: Pluto Press. - 184 p.
68. Zerfass, A. Corporate Communication Revisited: Integrating Business Strategy and Strategic Communication / A. Zerfass // Public Relations Research: European and International Perspectives and Innovations (Ed. by A. Zerfass, B. van Ruler, K. Sriramesh). - Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH, 2008. - P. 65-96.
69. **Диссертации**
70. Бодрунова, С.С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 / Светлана Сергеевна Бодрунова. - СПб, 2015. - 498 с.
71. Мурзагулов, Р.Р. Особенности взаимодействия власти и коммуникационной элиты на этапе становления информационного общества: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Ростислав Рафкатович Мурзагулов. - Уфа, 2017. - 191 с.
72. Наумова, Е.И. Культурфилософская рефлексия капитализма: концептуальные константы и дискурсивные практики: дис. … д-ра филос. наук: 24.00.01 / Екатерина Игоревна Наумова. - СПб, 2016. - 306 с.
73. Candon, P. Online public sphere or communicative capital? Blogs and news sites in Ireland 2010 - ’13: PhD thesis. / Paul Candon. - Dublin, 2016. – 237 p.
74. **Материалы из электронных ресурсов**
75. Медиапотребление в России. Ключевые тенденции [Электронный ресурс] // Invest in Russia. - URL: http://ru.investinrussia.com/data/files/media\_consumption\_in\_russia\_2017\_ru.pdf
76. Неклесса, А.И. Новый интеллектуальный класс [Электронный ресурс] / А.И. Неклесса // Интеллектуальная Россия. - URL: http://www.intelros.ru/club/texts/neklessa\_1\_club.pdf
77. Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн [Электронный ресурс] // Think with Google. - URL: https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privychek-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/
78. Туровский, Д. Эльф, торговец блогерами. Как устроена экономика российского ютьюба [Электронный источник] / Д. Туровский // Meduza. - URL: https://meduza.io/feature/2017/06/07/elf-torgovets-blogerami
79. Calacanis, J. Web 3.0: the official definition [Electronic recourse] / J. Calacanis // Calacanis.com. - URL: http://calacanis.com/2007/10/03/web-3-0-the-official-definition/
80. Chaffey, D. Mobile Marketing Statistics compilation [Electronic resource] / D. Chaffey // Smart Insigths. - URL: <http://www.smartinsights.com/mobile-marketing/mobile-marketing-analytics/mobile-marketing-statistics/>
81. Salah, A. How I went from leading the Egyptian Revolution to making minimum wage in San Francisco [Electronic resource] / A. Sarah // Priceonomics. - 2016. - URL: https://priceonomics.com/how-i-went-from-leading-the-egyptian-revolution-to/
82. Ross, A. The Fate of the Critic in the Clickbait Age [Electronic resource] / A. Ross // NewYorker. - URL: https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/the-fate-of-the-critic-in-the-clickbait-age
83. Morozov, E. The brave new world of slacktivism [Electronic resource] / E. Morozov // Foreign Policy. - 2009. - URL: http://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/
84. Mitchell A., Gottfried J., Kiley J., Matsa K.E. Section 2: Social Media, Political News and Ideology / A. Mitchell, J. Gottfried, J. Kiley, K.E. Matsa // Pew Research Center - URL: http://www.journalism.org/2014/10/21/section-2-social-media-political-news-and-ideology/
85. May calls on internet firms to remove extremist content within two hours [Electronic resource] // The Guardian. - URL: https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/19/theresa-may-will-tell-internet-firms-to-tackle-extremist-content
86. Isaac, J.C. The mirage of Neo-Communism [Electronic resource] / J.C. Issac // DISSENT. - 2013. - URL: https://www.dissentmagazine.org/article/the-mirage-of-neo-communism
87. Jodi Dean: Communicative capitalism and the challenge for the left” [Electronic resource] / YouTube. - URL: https://www.youtube.com/watch?v=mBYbURWYUrM
88. Internet World Stats: INTERNET USAGE STATISTICS. The Internet Big Picture: World Internet Users and 2017 Population Stats [Electronic resource] // Internet World Stats.- URL: https://www.internetworldstats.com/stats.htm
89. Harkin, S. A way forward for the 99%? [Electronic resource] / S. Harkin // International Socialist Review. - 2012. - URL: http://isreview.org/issue/96/way-forward-99
90. Goldhaber, M.H. The Attention Economy and the Net [Electronic resource] / M.H. Goldhaber // FirstMonday. - 1997. - Vol. 2, №4. - URL: http://firstmonday.org/article/view/519/440
91. "Fuchs, C. How The Frankfurt School Helps Us To Understand Donald Trump's Twitter Populism [Electronic resource] / C. Fuchs // Huffington Post. - URL: http://www.huffingtonpost.co.uk/christian-fuchs1/how-the-frankfurt-school-\_b\_14156190.html?utm\_hp\_ref=uk-donald-trump"
92. FBI to step up monitoring of social media sites amid privacy concerns [Electronic resource] / The Guardian. - URL: https://www.theguardian.com/world/2012/jan/26/fbi-social-media-monitoring-privacy
93. Heer, J. America's First postmodern president [Electronic resource] / J. Heer // New Republic. - URL: <https://newrepublic.com/article/143730/americas-first-postmodern-president>
94. Koblin, J., Masheshwari, S. As viewers drift online, Advertisers hold fast to Broadcast TV / J. Koblin, S. Masheshwari // New York Times - URL: https://www.nytimes.com/2017/05/14/business/media/advertisers-streaming-video-broadcast-tv.html
95. Message to our customers [Electronic resource] / Apple. - URL: http://www.apple.com/customer-letter/
96. Yardi, S., Golder, S.A., Brzozowski, M.J. Blogging at Work and the Corporate Attention [Electronic resource] / S. Yardi, S.A. Golder, M.J. Brzozowski // HP. - 2009. - URL: http://www.hpl.hp.com/research/scl/papers/blogging/chi2009/chi2009.pdf
97. **Статьи**
98. Белякова, Н.Ю. Личный бренд и корпоративная репутация: потенциал интеграционного взаимодействия // Российская школа связей с общественностью. - 2017. - Т. 9. - С. 105-114.
99. Блохин, И.Н. Медиапространство как социологическая категория // Век Информации - 2016. - №1- С. 22-30.
100. Бодрунова, С.С. Медиаполитическое взаимодействие или политическая коммуникация? К вопросу о развитии медиаполитологии в России [Электронный ресурс] / С.С. Бодрунова // Медиаскоп. - 2014 - №4 - URL: http://www.mediascope.ru/1653
101. Гавра, Д.П. Информационная логистика в коммуникациях региона / Д.П. Гавра // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. - 2016. - № 1. - C. 113-118.
102. Горц, А. Знание стоимость и капитал: к критике экономики знаний / А. Горц // Логос. - 2007. - 4 (61). - С. 5-63.
103. Мелентьева, Н.И. Коммуникативный капитал и маркетинг взаимодействия в современной экономике / Н.И. Мелентьева // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2007. - №1.- С. 56-70.
104. Мещеряков, Т.В., Окольнишникова, И.Ю., Никифорова, Г.Ю. Бренд как коммуникативный капитал / Т.В. Мещеряков, И.Ю. Окольнишникова, Г.Ю. Никифорова // Проблемы современной экономики. - 2011. - №1. - С. 149-153.
105. Руллани, Э. Когнитивный капитализм: déjà vu? / Э. Руллани // Логос. - 2007. - 4 (61). - C. 64-69.
106. Рыков, Ю.Г. Виртуальное сообщества как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал [Электронный ресурс] / Ю.Г. Рыков // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2013. - №4.- URL: https://publications.hse.ru/articles/108605247
107. Рыков, Ю.Г. Сетевое неравенство и структура онлайн-сообществ [Электронный ресурс] / Ю.Г. Рыков // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2015. №4 (81). - URL: http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2015\_4/Rykov\_2015\_4.pdf
108. Фомичева, И.Д. Медийный капитал и его состав [Электронный ресурс] / И.Д. Фомичева // Медиаскоп. - 2017. - Вып. 2. - URL: http://www.mediascope.ru/2294
109. Юдин, П.Е. Политика брендинга территорий и культурное наследие / П.Е. Юдин // Теория и практика общественного развития. - 2014. - №12. - С. 109-111.
110. Ягупа, Е.Г., Лазаренко, А.Н. Роль человеческого капитала в условиях инновационной экономики / Е.Г. Ягупа, А.Н. Лазаренко // Вестник университета. - 2014. - №17. - С. 226-231.
111. Andrejevic, M. Surveillance and Alienation in the Online Economy / M. Andrejevic // Surveillance and Society. 2011. №8 (3). - URL: http://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/4164
112. Crogan, P., Kisey, S. Paying attention: Toward a critique of the attention economy [Electronic resource] / P. Crogan, S. Kisey // Culture Machine. - Vol. 13. - URL: http://culturemachine.net/index.php/cm/article/view/463/500
113. Dean, J. Affective Networks [Electronic resource] / J. Dean // Media Tropes. - 2010. - Vol.2, No 2. - URL: http://www.mediatropes.com/index.php/Mediatropes/article/view/11932/888
114. Dean, J. Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics / J. Dean // Cultural Politics. - 2005. - Vol. 1, Issue 1. - P 51-74.
115. Dean J. Occupy Wall Street: after the anarchist moment / J. Dean // Socialist Register. - 2013. - Vol. 49. - P. 1-16.
116. Dean, J. Why the Net is not a Public Sphere / J. Dean // Constellations. - 2003. - Vol. 10, Issue 1. - P. 95-112.
117. Fairchild, C. Building the Authentic Celebrity: The “Idol” Phenomenon in the Attention Economy / C. Fairchild // Popular Music and Society. - 2007. - Vol. 30, Issue 3.- P. 355-375.
118. Frank, G. The Economy of Attention / G. Frank // Telepolis. - 1999. - URL: https://www.heise.de/tp/features/The-Economy-of-Attention-3444929.html
119. Fuchs, C., Sevignani S. What is Digital Labour? What is Digital Work? What’s their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media? / C. Fuchs C., S. Sevignani // tripleC. - Vol. 11 (2) - P. 237-293.
120. Fuchs, C. Donald Trump: A Critical Theory-Perspective on Authoritarian Capitalism / C. Fuchs // tripleC. - 2017 - 15(1). - P. 1-72.
121. Hassan, R. Networked Time and the “Common Ruin of the Contending Classes” / R. Hassan // tripleC. - 2013. - № 11(2). - P. 359-374
122. Kreps, D. Social Networking and Transnational Capitalism / D. Kreps // tripleC. - 2011. - №9(2) - P. 689-701.
123. Lindgren, S. The Potential and Limitations of Twitter Activism: Mapping the 2011 Libyan Uprising / S. Lindrgen // tripleC. - 2013. - №11(1). - P. 207-220.
124. Mumby, D.K. Organizing beyond organization: Branding, discourse, and communicative capitalism / D.K. Mumby // Organization. - 2016. - Vol. 23., Issue 6. - P. 884-907.
125. Schöpf, S. The Commodification of the Couch: A Dialectical Analysis of Hospitality Exchange Platforms / S. Schöpf // tripleC. - 2015. №13(1). - P. 11-34.
126. Terranova, T. Attention, Economy and the Brain [Electronic resourсe] / T. Terranova // Culture Machine. 2012. Vol.13. - URL: http://culturemachine.net/index.php/cm/article/viewDownloadInterstitial/465/484
127. Thorburn, E.D. Networked Social Reproduction: Crises in the Integrated Circuit / E.D. Thorburn // tripleC. - 2016. - Vol 14 (2). - P. 380-396.
128. Tufekci, Z. “Not This One” Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism / Z. Tufekci // American Behavioral Scientist. - 2013. - Vol. 57 (7). - P. 848-870.