

## НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Сабина Пфайффер

# Цифровой капитализм и распределительные силы



**ПФАЙФФЕР Сабина** — профессор социологии, Институт социологии, Университет Эрлангена — Нюрнберга. Адрес: Германия, 90429, г. Нюрнберг, Фюртерштрассе, 246с, 90429.

**Email:** [sabine.pfeiffer@fau.de](mailto:sabine.pfeiffer@fau.de)

*Источник:* Пфайффер С. (готовится к изданию). *Цифровой капитализм и распределительные силы*. М.: Издательство Института Гайдара. Перев. с англ.: Pfeiffer S. 2022. *Digital Capitalism and Distributive Forces*. Bielefeld: transcript Verlag.

Публикуется с разрешения Издательства Института Гайдара.

Перевод с англ.  
Дмитрия Кралечкина

*В книге «Цифровой капитализм и распределительные силы» профессор социологии С. Пфайффер подвергает сомнению идею, что цифровизация — это технология, которая заменяет человеческий труд. Анализируя новшества, вызванные цифровизацией и цифровым капитализмом, автор вводит понятие «распределительная сила» по аналогии с концепцией производительной силы К. Маркса. Пфайффер показывает, что цифровой капитализм направлен не столько на эффективное производство ценности, сколько на её быструю, безрисковую и постоянно гарантированную реализацию на рынках. Изучение этой динамики и её последствий также приводит к вопросу о том, насколько разрушительными могут быть распределительные силы цифрового капитализма.*

*Журнал «Экономическая социология» публикует «Введение», где Пфайффер формулирует основное предположение, которое далее развивает в книге на теоретическом и эмпирическом уровнях. Гипотеза связана с проблемой современного капитализма, где экономическая ценность обеспечивается лишь успешными продажами. Также Пфайффер рассуждает о том, в чем состоит новизна цифрового капитализма и какие диагнозы для него характерны. И наконец, автор подробно описывает структуру книги и её основные идеи.*

**Ключевые слова:** цифровой капитализм; цифровизация; технологический прогресс; распределительные силы; производство; рынок.

## Введение

С некоторых пор вошло в моду начинать книгу — даже академическую или аналитическую — с личных историй. Одно из немногих преимуществ возраста заключается в скапливаемом годами переизбытке возможного материала, что позволяет с лёгкостью превратить личный и по большей части случайный опыт в собрание таких историй, игнорируя при этом историческую динамику, структурную и конкретную. Но, дорогой читатель, не бойся, я тебя от этого избавлю. В то же время не могу удержаться от краткого описания своей личной системы координат, поскольку с тех пор, как я вообще начала работать, меня неизменно сопровождает то, что сегодня мы называем цифровизацией<sup>1</sup>. Я специально использую этот ныне

<sup>1</sup> В актуальных дискуссиях цифровизация обычно означает следующее: во-первых, всю совокупность недавно появившихся информационно-технологических артефактов и технологий (начиная с искусственного интеллекта, машинного обучения или Интернета вещей и заканчивая новыми подходами в робототехнике); во-вторых, экономические и социальные перемены, ожидаемые в силу внедрения и применения подобных технологий. — *Примеч. здесь и далее автора, если не оговорено иное.*

ставший вездесущим термин, значительно отклонившийся от своего первоначального значения (когда он обозначал всего-то техническую процедуру перевода информации из аналоговой формы в цифровую, и тогда это обычно называли дигитализацией) и ставший своего рода метатэгом<sup>2</sup> для обозначения того, как общество воспринимает масштаб, направление и глубину трансформации, предположительно происходящей в наше время.

Будучи социологом, я с самого начала занималась цифровизацией. До социологии, на раннем этапе своей карьеры, когда я работала техником, я и сама была предметом цифровизации, то есть она занималась мной, а не наоборот. В середине 1980-х гг., получив специальное профессиональное образование, я начала работать на компьютере (я специально использую оборот «на компьютере», а не «за компьютером».) Я работала с машиной, измеряющей искривлённые в трёхмерном пространстве трубки. В то время я не знала, что работала с определённым приложением, которое запускалось операционной системой в фоновом режиме. Я пыталась, хотя и безуспешно, вытянуть побольше возможностей из этого приложения, поскольку подозревала, что компьютер способен выполнять намного больше задач, которые к тому же могут быть намного более разнообразными.

Моё обучение происходило на семейном предприятии среднего размера, продукция которого включала разные виды оборудования — прессы, лопасти для турбин, резак и выхлопные системы. Сегодня такое производство можно было бы назвать диверсифицированным. Автоматические станки с числовым программным управлением (ЧПУ)<sup>3</sup> и сварочные роботы с функцией обучения были к тому времени внедрены в производство. В нашем учебном цеху были даже фрезерные станки с ЧПУ, хотя в программу обучения работе с ними ещё не входило. Я говорю обо всём этом, чтобы показать, что, хотя я, безусловно, не работала на переднем крае информационных технологий, которые тогда начали использоваться в промышленности, всё-таки могла работать на компьютере, даже когда была ещё ученицей. В то же время роль цифровизации в офисах оставалась незначительной: в конструкторском бюро использовались кульманы, а не системы автоматизированного проектирования «AutoCAD»<sup>4</sup>, тогда как заведующие документооборотом в цеху (это были сплошь женщины, и да, офисные работы в промышленном секторе на самом деле ещё существовали) обходились бумагой и радовались, если могли воспользоваться электронными печатными машинками. Есть одна причина, по которой я решила начать с этого примечания: в академических дискуссиях о цифровизации часто упускается из виду тот факт, что заводские цеха подверглись цифровизации на более раннем этапе, причём она была более полной и интегрированной, чем в других областях, тогда как причина академического невнимания лишь в том, что на заводах при такой цифровизации применялось не так много броской цифровой технологии. Неслучайно тогда использовался термин «встроенные системы»: они встроены в материальную технику, однако они всё равно остаются цифровыми. Дисплей станка — не только управляющее устройство, но и интерфейс вполне самостоятельного компьютера.

<sup>2</sup> Термин «тэг» обозначает дополнительную информацию, описывающую базу данных, тогда как понятие «метатэг» используется для информации, которая описывает происхождение или цель определённого элемента данных (файла или веб-сайта). Такие тэги используются в HTML, XML или некоторых вариантах XML (таких как JATS, служащие для описания академических статей). Например, эта книга будет размечена такими тэгами, как `<title>Цифровой капитализм и распределительные силы </title> <author>Сабина Пфайффер </author> <year>2021</year>`, чтобы её можно было находить в Сети и она была доступна для таких программ по управлению цитированием, как Zotero, позволяющих прямо обращаться к информации. В коде три этих тэга пишутся один под другим, причём обычно используется больше тэгов (для обозначения издательства, места издания, ключевых слов и т. п.).

<sup>3</sup> Computerized Numerical Control (CNC) — числовое программное управление (ЧПУ). Означает управление станками при помощи компьютеров, тогда как «числовой контроль» — это предшественник наших современных микрокомпьютеров.

<sup>4</sup> Computer-Aided Design (CAD), или системы автоматизированного проектирования, включают программное обеспечение, используемое для проектирования и конструирования трёхмерных моделей на компьютере.

Таким образом, я встретила с цифровизацией в роли ученика рабочего-техника в достаточно рядовой компании среднего размера. У моего следующего работодателя (дистрибьютора станков с ЧПУ) с конца 1980-х гг. я работала с системами CAD/CAM<sup>5</sup>, а потом на одном собеседовании получила представление о CIM<sup>6</sup> и гибком промышленном производстве (*flexible manufacturing system*, FMS). (Хотя внедрение CIM заняло много времени, некоторые элементы FMS внедрялись, когда количество деталей, составляющих конечный продукт, оправдывало затрачиваемые на это внедрение усилия.)

У следующего своего работодателя я наконец смогла более плотно заняться тем, что происходит в фоновом режиме, то есть операционной системой (в основном MS DOS, иногда OS/2 или Unix), поскольку я настраивала компьютеры для наших клиентов, устанавливала интерфейсные карты IEEE, позволяющие подключать трёхмерное измерительное оборудование или тачскрины для дисплеев. Отдел разработки в нашей фирме иногда отправлял нам новые версии программ для измерительного оборудования — они поступали в распределительный хаб через телефонные линии и акустический модем. Дома у меня тоже был собственный компьютер (сперва это был Amstrad Schneider PC 1512 с двойным дисководом гибких дисков), а вскоре в моей квартире начал тарыхтеть и девятоконтный, а потом и 24-контный матричный принтер.

Спустя годы, когда путь в высшее образование сначала привёл меня в инженерные науки, а потом и в социологию, цифровая технология оставалась моим рабочим инструментом и в то же время предметом исследования. В какой-то момент — где-то в 1996 г. — я вдруг заметила, что сижу в кафе центра обучения взрослых перед персональным компьютером с интернет-доступом и браузером Netscape. Обзаведясь собственным доменным именем, я в 1998 г. запустила свой первый веб-сайт, построенный при помощи простого HTML-редактора. Спустя несколько лет я сделала свой первый заказ на сайте компании Amazon (не то чтобы я помню об этом, но Amazon ничего не забывает). Короче говоря, технология — одновременно материальная и цифровая — была естественной и в то же время весьма важной составляющей моего профессионального мира, а вскоре стала таковой и для моей личной жизни. Такой она и осталась (что мне казалось абсолютно естественным), когда я заменила свою рабочую скамью, станки и код ЧПУ книгами по социологии, теориями и статистическим анализом.

Эта предыстория объясняет, почему я пишу эту книгу, но также она позволяет почувствовать, как я буду это делать. Технология и её потенциал станут для меня важной точкой отсчёта. В то же время моя первая профессия (в большей мере, чем сегодняшнее моё занятие) научила меня простой вещи: проникнет ли какая-то новая технология в компанию, создаст ли она лучше или хуже оплачиваемые рабочие места и новые профессии — всё это зависит от акторов, участвующих в процессе её внедрения, и от отношений между ними. Формы достижения результата разнообразны, но он неотделим от экономического намерения и фактических технологических (не)возможностей. Изменения в социальной сфере, в мире труда, в жизни и обществе нельзя понять без опоры на технологические и экономические аспекты, без понимания их траекторий развития — разных, но в то же время в чём-то смежных.

Вполне ощутимый опыт понимания технологических перемен, приобретённый мною на раннем этапе профессиональной карьеры, привёл к тому, что я то и дело ощущала недоумение по поводу того, с чем мне пришлось столкнуться в моей нынешней профессиональной области. И сегодня социология

<sup>5</sup> Computer-Aided Manufacturing (CAM) — автоматизированное производство. Такое программное обеспечение связывает конструкционные данные, произведённые в CAD, и программы ЧПУ в том или ином оборудовании. Это позволяет, в частности, превращать конструкционные данные в данные для обработки в системе CAM, переводящей их в различные языки ЧПУ, используемые разными производителями программного управления.

<sup>6</sup> Computer-Integrated Manufacturing (CIM) — компьютерно-интегрированное производство, или комплексное автоматизированное производство. Оно уже в 1980-х гг. в значительной мере предвосхищало то, что появится к 2011 г. и станет называться индустрией 4.0, а именно новые технологические возможности, объединяющие в компьютерные сети все составляющие производство процессы.

в основном изучает технологию, труд, экономические вопросы и жизненный мир в качестве отдельных, независимых друг от друга ниш. Она избегает теоретических подходов, которые попытались бы понять всё вышеназванное в качестве единого целого. Более того, социология часто демонстрирует неспособность всерьёз изучать технологию в её конкретных проявлениях, превращая её вместо этого в нечто «чисто» социальное или же злоупотребляя ею как смутной метафорой для общих, но не окончательных, социальных диагнозов. Мне пришлось всё это понять, когда я перешла от технологии к социологии; временами я приходила в отчаяние, но теперь мне стало проще.

Общество и социальные изменения не могут пониматься без скрывающегося за ними технического основания, технологических реалий и технологий, ими применяемых. Общество и технологию — особенно в момент масштабных изменений — невозможно понять, не учитывая экономические контексты, в которых они развиваются. Вопрос о том, как оформляются труд, производство и жизнь как таковые, что они позволяют нам делать и как это ощущается на индивидуальном и коллективном уровнях, нельзя осмыслить, если не обратить внимания на общую сеть экономики и рынка. Вопрос о том, действительно ли всё это меняется (и тем более фундаментально), находимся ли мы в начале или в середине процесса такой трансформации или прорыва, вот уже несколько лет составляет основу споров, будоражащих наше общество.

Едва ли какой-то другой предмет обсуждается и исследуется столь же всесторонне, как цифровая трансформация. В Германии этот дискурс был запущен в 2011 г., причём вполне намеренно, благодаря введению термина «индустрия 4.0». С самого начала этот дискурс был обращён не только на замкнутый профессиональный круг, занятый производством и автоматизацией, но и на широкий спектр акторов в экономической сфере и в обществе в целом. Однако вскоре он перестал фокусироваться исключительно на промышленной сфере и стал всё больше разворачиваться к более масштабной картине цифровизации, что позволило вывести на передний план другие цифровые технологии: если первоначально дискуссии были сосредоточены на робототехнике, мобильных устройствах и социальных сетях, то сегодня внимание в основном обращено на искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение.

Я сама внесла вклад в этот дискурс публикациями и лекциями, прочитанными на бесчисленных конференциях и воркшопах, включая и те, что проходили за пределами академии. На таких мероприятиях я всё больше ощущала необходимость в хорошо обоснованных аналитических подходах, которые позволили бы лучше понимать ситуацию здесь и сейчас, но в то же время указывали бы на возможности и ограничения, влияющие на процесс в целом. В этой книге я намеренно отстраняюсь от многочисленных утопических или дистопийных предсказаний, которые уже были сделаны. Спор о цифровизации всё больше размечается диагностикой эпохи, которая якобы должна наступить после следующего большого поворота. Все интерпретации и предсказания, сколь разными они ни были бы в плане своей ориентации, целевой аудитории и обоснованности академическими дисциплинами, так или иначе соглашаются в том, что, во-первых, мы имеем дело со всеобщей трансформацией, масштаб и динамика которой сравнимы с такими историческими событиями прошлого, как возникновение сельского хозяйства или Промышленная революция. Во-вторых, причина этой трансформации заключается в технологическом прогрессе, особенно в робототехнике, росте вычислительных мощностей и ИИ. В-третьих, всё это означает драматические перемены для наших экономик и способов труда, причём с последствиями обществу надо срочно разобраться. Хотя некоторые оценки итогов всего процесса в целом, возможностей упреждающего конструирования определённых аспектов, как и критериев такого конструирования, могут различаться, общей темой для всех предсказаний остаётся фундаментальная посылка технологического прогресса как базовой причины. Она рисуется в качестве либо антропологической константы (люди как вид, по самой своей природе склонный к новациям, только и могут, что породить бесконечный технологический прогресс), либо квазиэволюционного процесса, по завершении которого человечество обречёт себя на моральное устаревание.

На таком фоне можно сразу отметить, что в этой книге я не пытаюсь поставить ещё один диагноз. Я не следую триадической формуле «технологическое развитие пробуждает экономическую динамику, которая, в свою очередь, приносит определённые социальные плоды». Также я не стремлюсь пополнить постоянно растущий список публикаций, стремящихся определить эти (ожидаемые) плоды и доказывающих, что когда такие-то рабочие места в такой-то момент будут заменены автоматикой, решением станет универсальный базовый доход (УБД). В данной книге нет какой-либо новой классификации стадий, определяемых технологическими артефактами — начиная с сельского общества и заканчивая экономикой данных, от парового двигателя и до Интернета вещей, от книгопечатания и до социальных сетей. Кроме того, эта книга не является ещё одной попыткой ввести технологическую метафору — будь ею сеть, алгоритм или паттерн, — предлагаемую в качестве нового понимания общества или же того, что существовало всегда. Всё это уже было сделано без меня, в том числе в тех весьма ценных вкладах в дискуссии, которые указывали на горячее желание общества обсудить действительно происходящее (с нами? В результате наших действий?).

Как и другие публикации, эта книга в целом исходит из реальности происходящей трансформации. Меня интересует как новизна этой трансформации, так и её связи с прошлым. Я поставила перед собой задачу сделать эту «новизну», её причины и связанные с нею специфические следствия понятными. В процессе такого исследования мы осмелимся заглянуть за феномены цифровизации (не пренебрегая при этом технологическими реалиями). Цель состоит в том, чтобы выработать аналитический подход, который охватывает развитие технологии, экономическую логику и социальную динамику в качестве единого целого, а не серии разрозненных явлений. Соответственно, основное внимание в нашем исследовании будет уделено диагностике сравнительно недавних процессов, произошедших в последние десятилетия, что обосновано двумя соображениями: во-первых, смешением различных направлений цифровизации и оценкой исхода такого смешения и, во-вторых, интерпретацией этих процессов на основе определённого теоретического анализа.

### *1.1. Центральная гипотеза: дурное окружение?*

В книге «Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft» («Паттерны: теория цифрового общества») Армин Нассеи стремится выявить ту конкретную проблему, которую решает цифровизация [Nassehi 2019: 12]. Его ответ — хотя здесь я его представлю в сокращённой форме, не учитывая в полной мере всесторонние обоснования автора, — состоит в том, что модерн всегда был цифровым и опирался на паттерны, позволявшие справляться со сложностью; то есть цифровая сущность общества — это результат его собственной структуры и сложности [Nassehi 2019: 321–325]. Мне этот ответ представляется неубедительным. Нассеи не уделяет достаточно внимания экономическим акторам и рынку, а капитализм как экономическая система, характерная для модерна, исчезает в его анализе общества. Правда, его анализ предлагает действительно новый взгляд на господствующий дискурс, который зачастую сосредоточен лишь на экономике (как на определённом поле, а не структуре), тогда как обществу отводится вторичная роль — наводить порядок после периода прорывного развития. Однако модерн невозможно постичь в отрыве от капитализма, и точно также цифровизацию невозможно постичь без рассмотрения соответствующих экономических стратегий, акторов и динамики.

В своей книге я отправляюсь не от общества, а от капитализма. Тот факт, что этот последний стал цифровым, не меняет дела, как будет показано далее. Капитализм как таковой зиждется на продаже всё большего количества продуктов и товаров на постоянно обновляющихся рынках, и сегодня, судя по всему, он озабочен проблемой, вполне адекватным решением которой и стала цифровизация (или, по крайней мере, на неё возлагают такие надежды).

Предполагается, что цифровизация — это технология, заменяющая (человеческий) труд. С точки зрения некоторых авторов, это уже означает критику капитализма, однако в плане анализа капитализма

такая концепция видится слишком простой и упрощающей проблему. Вот почему её предпочитают авторы, воздерживающиеся от анализа капитализма и вместо этого предпочитающие заниматься бесконечным прогнозированием масштаба замены человеческого труда. Сколько именно людей заменят роботы? Какой объём офисного труда будет выполняться искусственным интеллектом? Академические исследования и медиа, жаждущие внимания читателей, ставят такие вопросы и подкрепляют их цифрами, которые позволяют добиться максимального цитирования, наибольшей посещаемости сайтов и хороших тиражей. Конечно, цифровизация, как и любая иная технология в прошлом, используется для замены человеческого труда. Но для капитализма проблема не в этом; ему не нужны новые решения или ответы, чтобы приспособиться к этому процессу. В этом он на самом деле достаточно силен. Хотя в действительности он, конечно, ни в чём не силён: неизменной составляющей капиталистической системы стали бесчисленные попытки что-то решить, переговоры и внедрение стратегий повышения эффективности на отдельных компаниях, но при этом конкретные стратегии всегда могут проводиться совершенно иначе. Эта книга не является ещё одной попыткой отыскать новые технологические варианты замены труда. На самом деле главный вопрос для меня заключается в том, действительно ли у капитализма есть какие-то новые или же существовавшие в прошлом, но ныне обострившиеся проблемы, и помогает ли это объяснить, почему определённые формы цифровизации и конкретные модели цифрового бизнеса стали особенно успешными.

Гипотеза, отвечающая на этот вопрос и развиваемая на теоретическом и эмпирическом уровнях в этой книге, состоит в следующем: проблема, с которой в условиях высокоразвитого глобального капитализма всё больше сталкиваются отдельные фирмы и национальные экономики, заключается в успешных продажах. Товары, которые можно производить (или просто копировать) во всё больших объёмах и с постоянно растущей эффективностью, сами по себе ничего не стоят, если они не продаются. Такова главная цель всей этой деятельности. Конкуренция на глобальных рынках по-прежнему заставляет искать максимально дешёвые формы производства. Но ещё более важной становится конкуренция за малое количество покупателей. Усилия корпораций, нацеленные на повышение эффективности и оптимизацию, всё больше ориентированы на рынок, который они стремятся обслуживать с большей скоростью, более планомерно и применяя таргетирование. Акционеры не любят сюрпризов. Узким горлышком всякого бизнеса по-прежнему остаётся прежде всего рынок и, в конечном счёте, акт покупки (или, скорее, продажи). Стратегии, направленные на этот акт, всё больше оказывались на переднем плане, и, как я надеюсь показать в этой книге, это и есть место, где цифровизация особенно полезна (хотя, в конечном счёте, и не даёт решения, но, пожалуй, способствует усугублению фундаментальной проблемы).

Ведущая аналитическая идея этой книги может быть сформулирована следующим образом: главная проблема современного капитализма — это реализация произведённых стоимостей на рынках. Стратегии рыночного расширения и потребления составляют основные элементы всё более значимого и всё более конкурентного поля. Наряду с производительными силами, направленными на *порождение* стоимости, всё более важными становятся силы, нацеленные на *реализацию* стоимости. Причины этого экономические, то есть они определяются самой логикой нашей экономической системы, а потому не являются результатом цифровизации. Чтобы лучше прояснить этот сдвиг в значении на аналитическом и эмпирическом уровнях, эти особые производительные силы получают в книге и особое наименование — я называю их *распределительными силами*. Это позволяет включить в анализ все технологические и организационные меры и виды деятельности, связанные с реализацией стоимости, цель которых гарантировать постоянное и долгосрочное расширение реализации стоимости и при этом добиться минимальных издержек обращения. Именно в этом случае цифровизация и цифровые бизнес-модели оказались особенно перспективными.

Если вернуться к вопросу Нассеи, *проблема* заключается в самом способе существования экономики; тогда как *решение* — это вся совокупность технических, организационных, институциональных

и социальных ответов. Успех цифровизации определяется тем, что она оптимизирует и ускоряет эти решения. К сожалению, такие решения не являются реальными, и цифровизация никак не может это изменить (она, напротив, усугубляет базовую проблему). Метапроблема такова, что она может быть решена — по крайней мере, в этой экономической логике — только на изолированных участках, на ограниченный период времени, в интересах отдельных акторов, но не в целом. Капитализм оказывается в той же ситуации, что и модерн в понимании Нассеи: за счёт цифровизации нельзя освободиться от проблемы сложности, поэтому капитализм, как и модерн, не может решить свою основную проблему, когда товаров слишком много, а рынков слишком мало. Мнимое решение только усугубляет проблему.

Поскольку я говорю о капитализме, а не просто об экономике и производительных силах (или, скорее, об их особой форме, а именно о распределительных силах), читатели в большинстве своём ей не удивятся тому, что в этой книге я не раз обращаюсь к Марксу. Причина не в том, что я всегда хотела работать на основе его концепции, но в том — порядок глав это подтвердит, — что существующие исследования цифрового капитализма не дают окончательных ответов. Те, кто пожелают последовать за моей аргументацией, поймут, что уйти от Карла Маркса невозможно. И на это следует указать с самого начала — ради всех тех, кто кривится при одном лишь упоминании его имени, поскольку считает, что такие теоретические ассоциации создают «дурное окружение»<sup>7</sup>.

Учитывая намеченную цель книги, теоретический подход Маркса оказывается необходимым, поскольку на данный момент является первой и наиболее общей концепцией труда и жизни, экономики и общества, технологии и социальности, рынка и мира как чего-то целого и в то же время постоянно меняющегося. Мы посмотрим, можно ли применить этот теоретический инструментальный также и к цифровому капитализму. Опираясь на Маркса, я буду следовать следующей идее: «Актуальные тенденции в современных обществах невозможно даже приблизительно понять без помощи ключевых марксистских понятий, и это можно утверждать с тем большей уверенностью, чем больше капиталистическая рыночная экономика становится движущей силой постепенно складывающегося глобального общества» [Streeck 2017: 49].

Тех же, у кого остаются какие-либо сомнения по поводу Маркса, я хотела бы призвать обратить внимание на его аналитический подход и идеи. Конечно, можно долго спорить о политических выводах из его анализа, но не о его аналитической способности как таковой. Даже тем акторам, которых никак нельзя считать критиками капитализма, иногда трудно игнорировать Маркса, даже если они обычно отказываются его понимать или понимают неправильно (намеренно или непреднамеренно). Даже Всемирный экономический форум (ВЭФ)<sup>8</sup> готов предписать отдельные «марксистские» меры [Bendell 2016], под чем имеется в виду универсальный базовый доход. Однако цель данных предпри-

<sup>7</sup> В цифровом мире «дурное окружение» означает веб-сайты со ссылками на агрегаторы ссылок, веб-сайты с вредоносным кодом, нелегальным или другим контентом, который отвергается алгоритмами Google и других поисковых машин. Из-за такого окружения веб-сайты могут понижаться в поисковом рейтинге. Стратегии поисковой оптимизации (*search engine optimisation* (SEO) *strategies*), нацеленные на повышение рейтинга сайтов за счёт большого числа ссылок, часто попадают в эту ловушку. Вопрос всегда в том, куда ведут ссылки.

<sup>8</sup> Пренебрегая собственным диагнозом кризиса 2016 г., Всемирный экономический форум (ВЭФ) в настоящее время, после великой трансформации (то есть рождения капитализма) и Великой депрессии (его первого, но, как нам известно сегодня, не последнего кризиса), призывает к Большой перезагрузке, что соответствует растущему социальному неравенству и экологическому кризису. Только на этот раз ответа потребовала не цифровизация, а COVID-19. В книге, посвящённой конференции и в целом отличающейся удивительной поверхностностью аргументации [Schwab, Malleret 2020], читатель обнаружит, наряду с призывами к глобализации [Schwab, Malleret 2020: 114–119] и национальной управляемости [Schwab, Malleret 2020: 89–95], в основном один и тот же императив — требование ускорения цифровизации [Schwab, Malleret 2020: 153–154, 176–180] и роста (пусть даже более устойчивого и иначе измеримого), что на уровне национальной экономики позволит в большей мере выявить расхождение уровней дохода, неравное распределение возможностей социальной интеграции или же социальную сопротивляемость [Schwab, Malleret 2020: 58–63]. На сайте ВЭФ указывается на четыре основных компонента Большой перезагрузки: соответствующее умонастроение, новые критерии измерения ущерба, сглаживание ущерба за счёт создания новых стимулов и усиление связей людей друг с другом и миром природы.

саний — не защитить людей от обнищания, вызванного тем, что цифровизация способна уничтожить множество рабочих мест, но поддержать массовое потребление, на которое опирается капитализм. Довольно часто различие состоит лишь в личности высказывающегося: когда Маркс — или марксисты — говорит, что корпорации ориентируются лишь на прибыль, такие высказывания нередко критикуются или же попросту отбрасываются. Но странно то, что, когда нобелевские лауреаты вполне осознанно, пусть и ради провокации, сводят понимание социальной ответственности корпораций к «повышению прибыльности» [Friedman 1970], это обычно не вызывает вопросов.

Причина в том, что именем Маркса часто злоупотребляют; толкованием «Капитала» подчас занимаются с тем же пылом, что и толкованием Библии (хотя у Маркса дан точный анализ, а Библия является религиозным текстом). Спектр интерпретаций работ Маркса бесконечен, причём интерпретаторы часто не согласны друг с другом; и только немногие люди действительно читали Маркса в подлиннике, а другие, самое большее, просто читали что-то *о нём*. По всем этим причинам в аналитических частях моей книги я буду передавать слово самим Карлу Маркса и Фридриху Энгельсу, чтобы они говорили за себя. В процессе работы с источниками я обнаружила немало новых аргументов, прочитав некоторые тексты новым взглядом. Доскональное изучение многотомного собрания сочинений Маркса и Энгельса (*Marx Engels Collected Works* — MECW) очень мне помогло и оказалось весьма плодотворным. Стремление к точности анализа и интеллектуальной сложности, неизменно удивляющая объективность в выборе темы, прозорливость прогноза — всё это образует впечатляющий инструментарий, способный помочь в понимании стареющего, но неизменно переизобретаемого капитализма, в том числе его цифровой формы. Если вы разделяете отмеченные сомнения насчёт Маркса, попробуйте на время отложить их в сторону (пусть пока подождут). Если чтение Маркса не входило в круг ваших интересов, если вы не отличаете экономику от капитализма или считаете, что мир вас и так устраивает, я призываю вас не бояться за себя, непредвзято взглянуть на вещи и присоединиться ко мне в путешествии в мир Маркса.

Аналитическое и теоретическое основание этой книги построено на уже упомянутом понятии «распределительные силы». Этот термин я придумала по аналогии с понятием «производительные силы» у Маркса. У него, как мы хорошо знаем, наука и технология — лишь *одно* из отражений развития производительных сил, которое он всегда обсуждает в контексте производственных отношений. В своей книге я подхватываю этот подход и пытаюсь его переопределить. Задача не в том, чтобы написать ещё одну книгу о правоте Маркса, но в том, чтобы воспользоваться аналитической силой его трудов, особенно в изучении взаимосвязи технологического развития с экономическими и социальными отношениями, приспособить их (не теряя критики и без излишнего почтения к ним) и прочитать так, как того требуют актуальные социальные перемены.

Моя гипотеза распределительных сил направлена на понимание цифровизации в том смысле, что значительная доля деятельности, ею обусловленная, имеет одну-единственную цель — реализацию стоимости на рынках. Иными словами, задача не просто в создании новой стоимости, но, попросту говоря, в успешных, более надёжных и скорых, максимально гарантированных и устойчивых в долгосрочной перспективе операциях на рынках. Я не стремлюсь конкретизировать гипотезу перехода от промышленного капитализма производительных сил к цифровому капитализму распределительных сил. Сделать это было бы просто, но вопрос оказывается намного сложнее. Вот почему так важно проводить аналитические различия в том, что эмпирически представляется неразложимой смесью. И опять же, при решении этой интеллектуальной задачи инструментарий Маркса оказывает неоценимую помощь.

Даже в академическом мире реальное чтение, то есть полное прочтение текста от корки до корки, вышло из моды. Академия давно управляется показателями эффективности, а потому вынуждена показывать всё больше и больше роста: больше студентов, больше стороннего финансирования, больше цитируемых публикаций в международных высокорейтинговых журналах. Однако, как и в экономике,

рынок и здесь ограничен. Растущему перепроизводству академических текстов соответствует падение их чтения (вероятно, можно сделать статью по экономике на тему «Подсчёт тенденции нормы чтения к падению»... Но я отвлеклась). Вот почему мы все читаем вскользь, прицельно и избирательно, многое пропускаем. Правда, в большинстве случаев и такого чтения вполне достаточно.

Перепроизводство текстов растёт потому, что расширение рынка в академии представляет особую проблему, поскольку призыв развивать науку и умножать исследования почти никогда не предполагает требования писать больше значимых для общества текстов, налаживать коммуникацию с теми, кто разрабатывает другие темы, и как можно чаще выходить из своей башни из слоновой кости. Кто вообще читает академические тексты за пределами академического мира? Да и зачем их читать, если большинство из них не содержит практической составляющей и интересно только в рамках собственной дисциплины? Соглашусь с тем, что эта книга, возможно, тоже не самое подходящее чтение после долгого рабочего дня, позднего ужина с недовольными и (или) входящими в пубертат детьми, членами семьи или соседями по комнате, чья работа давно стала частью их личной жизни. И, безусловно, моя книга требует больше времени и сосредоточенности, чем 45-минутный эпизод модного сериала, транслируемый на популярном стриминговом сайте. Всё это относится к большинству академических книг. Тем не менее я хотела бы пригласить вас к чтению этой книги, проследить за аргументацией в ней и логикой изложения в главах, поскольку приведённые во «Введении» аргументы и выводы, сделанные в заключительной главе, неизбежно требуют более обстоятельного осмысления и более убедительных доводов.

## 1.2. Цифровой капитализм и стоимость

Список диагнозов, связанных с цифровизацией, поистине бесконечен. В зависимости от года публикации во внимание могут приниматься разные технологические феномены и (или) новейшие бизнес-модели вместе с соответствующими компаниями-протагонистами. Во «Введении» стоило бы вкратце их описать. Однако я воздержусь от этого и не стану подвергать вас этому испытанию, поскольку, хотя многие такие диагнозы могут быть вполне достойными обсуждения и внимания, мне интересны экономические аспекты, скрытые за цифровыми явлениями. Мой предмет — не сила крупных технологических компаний, не ограниченная одной лишь экономической сферой, но вопрос о том, как мы вообще в этой ситуации оказались. И мне кажется, что в большинстве случаев постановка диагноза не даёт ответа на интересующий меня вопрос. В конечном счёте, выдаётся один и тот же рецепт (либо в модусе критики, либо с чувством восхищения): хорошенько смешайте практики первопроходцев цифровизации с деструктивными бизнес-стратегиями, приправьте нематериальными продуктами (с небольшими или нулевыми маргинальными издержками), влейте неограниченные данные, используемые в качестве сырья, и в результате вы получите чрезвычайно быстрый рост и сетевые эффекты. Возможно, всё это на самом деле так и есть. Но разве это то объяснение, которое мы ищем? Если попробовать развить тот же образ коктейля, не должно ли объяснение включать и сам бар, а также тот факт, что в нём всегда было намного больше напитков, чем нужно для удовлетворения его клиентов? Другими словами, может ли капитализм и его экономическая логика предоставить нам более исчерпывающее объяснение, чем цифровизация и её алгоритмы?

Попытка ответить на этот вопрос начинается с понятия «цифровой капитализм», которое вводится в главе 2. Этот термин придумал Дэн Шиллер [Schiller 1999], и это была не единственная попытка рассмотреть цифровизацию совместно с капитализмом — собственно говоря, он сам впоследствии и предпринял ещё одну попытку [Schiller 2014], уже после финансового кризиса 2007–2008 гг. Геополитический, технологический и исторический подход Шиллера был дополнен медиатеоретическим исследованием Майкла Бетанкура, с чьей точки зрения финансовый кризис и финансовая система также являются важными ориентирами, а потому и той оптикой, которая позволяет проанализировать цифровой капитализм [Betancourt 2015].

В этой книге я регулярно ссылаюсь на этих авторов. Их подходы, оставаясь во многом разными, всё же крутятся вокруг цифрового капитализма, а я соотношу их с тремя тематическими блоками, которые представляются наиболее важными для моего вопроса («Что там с баром?»). Я попытаюсь выяснить, не найдётся ли в общем обзоре двух этих авторов ответа на три вопроса о цифровом капитализме, которые для меня самые значимые: *что* происходит, *благодаря кому* и *с какой динамикой*? Действительно ли «имматериальное» меняет фундаментальное основание экономики (труд и стоимость)? Какая за всем этим скрывается реальная движущая сила? Нет нужды говорить, что эта книга не ограничивается одной лишь второй главой (на самом деле она получилась длиннее, чем задумывалось первоначально). Оба упомянутых автора, по сути, не дают удовлетворительных ответов на мои вопросы. Неизменно ощущение, что именно *Цифра* определяет дискуссии вокруг цифрового капитализма, а не новизна или хотя бы существенное изменение в экономической динамике. Тем не менее внимание к упомянутым авторам и их ответам на три моих вопроса вывести на первый план в главе 3 вопрос о стоимости. Здесь мы первым делом попытаемся найти аргументы, позволяющие нам сориентироваться, и обратимся к глубокому анализу, представленному в работе Марианы Маццукато [Mazzucato 2018]. Она не только занимается стоимостью и её происхождением, но и показывает размах иллюзии, создаваемой экономикой, когда та перестаёт обращать внимание на стоимость, являющуюся ключевым компонентом всех видов экономической деятельности. Кроме того, М. Маццукато показывает, что это упущение имеет отношение не к имматериальности цифры, но к вполне материальным интересам.

Только выяснив и утвердив значение стоимости, можно задать вопрос о том, как с ней обстоит дело при цифровом капитализме. Действительно ли это понятие, и без того достаточно тёмное, раскладывается в реальности на биты и пиксели? Карл Маркс предполагает, что товары при капитализме включают две в высшей степени противоречащие друг другу стоимости — потребительную (определяемую конкретным применением и использованием) и меновую (то есть чисто количественную меру, которая должна прежде всего доказать себя на рынке, где она становится видимой, хотя, по Марксу, она возникает не там).

С точки зрения Маркса, стоимость порождается в производственном процессе, и её мерой является необходимый труд. А поскольку в промышленном капитализме производственный процесс связан с машинерией и сталью, а необходимый труд — с рабочей (и физической) силой, многие соблазнились гипотезой, будто эта базовая структура исчезнет вместе с переменой в формах её видимости. Однако потребительная и меновая стоимости существуют и при цифровом капитализме, пусть даже средства производства меняют их форму, тогда как труду требуются новые навыки. Стоимость и труд, потребительная и меновая стоимости при цифровом капитализме могут предстать в ином виде, собраться в иную конфигурацию, однако на сей момент исходные категории Маркса остаются в аналитическом смысле вполне адекватными и точными.

Означает ли это, что в конце главы 3 надо будет дать ответ на следующий вопрос, сохраняет ли бизнес при цифровом капитализме свой «обычный» режим: никакого нового вина в старых бурдюках? Старый добрый капитализм всего лишь стал цифровым? Ответ — и да, и нет. Во-первых, изменение формы меняет и многое другое; причём это происходит одновременно во многих ситуациях и местах по всему миру, в том числе в нашем личном жизненном мире. Во-вторых, мы при таком подходе смотрим лишь на один, пусть и важный, аспект капитализма. Если в нём не происходит никакого фундаментального изменения, почему тогда вообще возникли гигантские технологические корпорации с их заоблачными котировками? Значит ли это, что они просто смогли увидеть в цифровизации то, чего не заметили другие? Это возвращает нас к исходному вопросу. Если Facebook\*<sup>9</sup> или Google порождает, как все мы знаем (и в этой книге мы к этому вопросу ещё вернёмся), свои головокружительные доходы за счёт

<sup>9</sup> Проект принадлежит Meta Platforms Inc., которая признана экстремистской организацией и деятельность которой запрещена на территории РФ. Далее в тексте отмечено астериском (\*). — *Примеч. ред.*

одной лишь рекламы, должны существовать какие-то компании, которые, в свою очередь, готовы такие деньги тратить. Быть может, мы видим лишь усреднённое изменение, то есть теперь рекламы меньше на национальном телевидении и больше в глобальном Интернете? Это тоже верно. И всё же этим не объясняются ни гигантские доходы, ни заоблачные рыночные котировки. В связи с этим можно предложить две гипотезы.

Во-первых, новизна цифрового капитализма может обнаружиться на стороне не порождения стоимости, а её реализации. Во-вторых, на самом деле мы, возможно, имеем дело с системным дисбалансом, который просматривается уже во введённом Майклом Бетанкуром понятии «дефицит», рассматриваемом в главе 2 нашей книги. С его точки зрения, такой дефицит представляет собой феномен цифрового капитализма. Если бы нам пришлось представлять этот последний без цифры, те же самые процессы могли бы объясняться перепроизводством, избыточным накоплением и противоречиями между реальной и финансовой экономикой. Такие объяснения можно найти в анализе промышленного капитализма у Маркса. Так или иначе, я воздержусь от преждевременного развития привлекательной гипотезы, утверждающей, что ответ может найтись на «фоне» (то есть на рынке), а не на «переднем плане» (в производстве). Давайте сначала вернёмся к происхождению капитализма и его анализу.

### *1.3. Производительные силы и рынок*

В главе 4 мы обратимся к двум теоретикам, которые изучали последнюю великую трансформацию, то есть Первую промышленную революцию, и смогли разработать адекватные аналитические инструменты, позволяющие рассмотреть технологию, экономику и общество в качестве взаимодействующих друг с другом, а не разрозненных элементов. Я имею в виду Карла Поляни и его исторический анализ «Великой трансформации» и Карла Маркса с его исследованием капитализма и теорией развития производительных сил. Аналитические позиции обоих авторов я рассматриваю без особого пиетета, смешивая два эти подхода в большей мере, чем это делают обычно; в конце концов, Поляни и Маркс обращают свою критику на один и тот же предмет и преследуют одну цель, хотя иногда и делают это по-разному. И даже в тех случаях, когда их, как мы сказали бы сегодня, «формулировки» или «фреймы» различаются, в конечном счёте они высвечивают одну и ту же болезненную проблему. Кроме того, я готова согласиться лишь с той частью интерпретаций, которые важны для моей цели, то есть для понимания того, какова реальная новизна цифровизации последних 30 лет. Наконец, я не боюсь развивать Маркса, дополняя его производительные силы понятием «распределительные силы». Согласно моей основной гипотезе, именно в них становится заметна подлинная новизна цифровизации.

В своих исследованиях возникновения капитализма и его уникальных качеств и Маркс, и Поляни, каждый по-своему, сосредотачиваются на процессе производства. Первоначально оба, причём вполне целенаправленно, исключают из своего анализа рыночные продажи, то есть сферу оборота, причём отдельно оговаривают такой подход. Конечно, оба отлично понимают, что создание стоимостей на одной стороне (в производстве) экономически реально только в том случае, если стоимости могут быть реализованы, то есть проданы на другой (на рынке). Оба указывают на это обстоятельство, но в основном обращают внимание на то, что в их эпоху оставалось определяющим фактором всей динамики в целом. Так, Маркс посвящает себя исследованию прибавочной стоимости, возникающей в процессе производства, тогда как вопрос реализации стоимости на рынке он исследует прежде всего с точки зрения потребительной способности, а потому и отношений распределения. Поляни же рассматривает изменение в роли купца, который раньше покупал и продавал готовые товары, но теперь закупает сырьё и рабочую силу; именно в этом Поляни видит источник трансформации, а не в продаже товаров, создаваемых теперь под контролем купца, ставшего предпринимателем. Следовательно, Поляни и Маркс усматривают трансформационную динамику ранней индустриализации в схождении технологической инновации в производстве и новой логики покупки (Поляни) и в то же время в создании прибавочной стоимости.

Поланьи не верит — и это также будет показано далее, — что рыночное общество может быть заторможено. Это сближает его с Марксом намного больше, чем многие готовы допустить. Что определённо отличает их обоих, так это выход за пределы эмпирического анализа: Поланьи совершает такой выход, когда рассматривает капитализм в качестве систематического потребления реальной субстанции, под которой он имеет в виду людей, а также природу и общество в целом. У Маркса этот выход заключается в оценке того, как капитализм в конечном счёте тормозит реальный прогресс человечества (как рода), хотя он и высвобождает все, как их называет сам Маркс, производительные силы.

Понятие «развитие производительных сил», введённое Марксом, также должно рассматриваться в этом контексте, и не только потому, что оно включает всё, что нас здесь интересует (общество и экономику, изменение и трансформацию, технологию и труд), но и потому, что в некоторых недавних концепциях цифровизация сама часто рассматривается в качестве важного шага вперёд (или даже скачка) в развитии производительных сил. Кроме того, мы должны изучить некоторые недавние применения понятия Маркса к этой проблеме. В конце концов, не исключено, что ответы для анализа цифрового капитализма мы найдём прямо здесь, просто они, возможно, не использовались теми двумя авторами, которых мы упоминали выше. Впрочем, эта надежда не оправдается. Сколь бы полезными ни были марксовы производительные силы (вместе с производственными отношениями и возникающим из них обоим способом производства) в применении к актуальным процессам, в аналитическом смысле это понятие остаётся смутным и неконкретным. Оно либо (причём на уровне заявлений, а не аргументов) превозносится в качестве скачка производительных сил, либо (ошибочно и неудачно) сводится к вопросу производительности.

Таким образом, наряду с первым слепым пятном — стоимостью, — обнаруженным в современных текстах о цифровом капитализме, есть в классическом анализе развития промышленного капитализма и второе слепое пятно — реализация стоимости. Однако, как будет показано в главе 5, она не обязательно является собственно слепым пятном. В развитом капитализме (цифровом или каким-то иным) реализация стоимости приобретает чрезвычайное значение. Однако одного утверждения такой её важности недостаточно. Цель должна заключаться в теоретической проработке и аналитическом наполнении этого утверждения. У Маркса мы можем первоначально выделить три соответствующих фактора динамики развития, а именно расширение рынка, потребление и кризис.

Эти факторы не являются случайными, поскольку докапиталистические рынки также демонстрируют тенденцию к расширению; на каждом рынке товары покупаются и потребляются только в том случае, если на то есть желание и способность; история человечества испещрена экономическими кризисами, случившимися задолго до капитализма. Однако расширение рынка, потребление и кризис — не просто потенциальные, но и необходимые факторы динамики капитализма. *Конкуренция промышленных производственных предприятий за более экономную форму производства при поддержании или наращивании порождения стоимости дополняется усилением конкуренции за ключевую позицию на рынках.*

Учитывая неустранимую тенденцию производства к неумеренности, то же самое можно сказать и о продажах. Вот почему необходимо постоянно создавать, открывать и развивать новые рынки, изолируя их, если на то есть возможность, от конкурентов (для чего применяются самые разные методы). Несмотря на значительное расширение рынков, конкуренты борются за ресурс, который систематически сокращается, то есть за участников рынка, желающих и, главное, способных потреблять. Хотя желание потреблять можно создавать проактивно, способность к потреблению (покупательная способность, понимаемая в экономическом смысле) остаётся ограниченной. Вот почему *реализация стоимости становится всё более важной, но в то же время всё менее достижимой целью.* Эта фундаментальная проблема, этот систематический дисбаланс сохраняется и неизбежно приводит к периодически возникающим кризисам. Чтобы их избежать или минимизировать их воздействие (в той мере, в какой это

возможно), необходимо всеми силами сокращать этот дисбаланс между избыточным производством и слишком малым количеством потребителей (причём производство и потребление всегда должны пониматься относительно друг друга). Для достижения этой цели постоянно принимаются локальные и глобальные меры (на уровне как отдельных предприятий, так и всей национальной экономики в целом), позволяющие повысить желание потреблять. Этот процесс становится господствующим, непрерывно расширяющимся социальным модусом, причём потребление стало таковым настолько давно и в такой мере, что сегодня вообще сложно провести осмысленные различия между ним и обществом. Желание потреблять должно разжигаться постоянно, но даже когда в этом достигают определённого успеха, пределы способности потребления никуда не деваются. С определённого момента — причём это началось задолго до цифровизации — главную роль в этом процессе стали играть средства коммуникации, применяемые для расширения рынка, стимулирования потребления и минимизации рисков такого процесса, неизменно приводящего к кризисам. Эти аспекты — их можно заметить уже у Маркса — требуют всё больше и больше внимания; тогда как производительные силы, брошенные на достижение этой цели, нуждаются во всё большем времени, технологиях и рабочей силе.

#### 1.4. Три распределительные силы и их развитие

В главе 6 я сосредоточиваюсь на трёх производительных силах, направленных на реализацию стоимости, или, как я их называю из-за растущего значения, на распределительных силах. К ним относятся *реклама и маркетинг* (меры, направленные на реализацию стоимости, то есть на потребление и рынок), *транспорт и складирование* (меры, позволяющие обеспечить физический доступ к рынкам и реализации стоимости), а также *контроль и предсказание* (меры, призванные связать в единую цепь порождение стоимости и её реализацию, сделав их калькулируемыми в точном смысле этого слова во всём обороте товара). Три этих распределительные силы аналитически и исторически прорабатываются в главе 6. В конце концов, они являются не выражением цифровизации, но, скорее, её самыми активными абонентами. Контроль и предсказание выделяются среди других распределительных сил, поскольку они могут являться в собственном виде, но в то же время, что встречается все чаще, в связке с остальными. Несмотря на разделение в анализе и эмпирическое различие индивидуальных феноменов, все три распределительные силы являются взаимосвязанными, перекрываются друг другом и часто развиваются сообща — в техническом, организационном и взаимодополнительном разделении труда, практически всегда в зависимости друг от друга.

Мы увидим, как распределительные силы наполняют реальным содержанием мою основную гипотезу. Каждая из них теоретически может быть выведена из Маркса, но в то же время всегда соотносится с конкретными (важно, что не только с цифровыми) эмпирическими примерами, взятыми из современности. Мы встретимся как со старой идеей сервисного обслуживания потребителей, с более новым понятием «ретаргетинг»; рассмотрим, сколько футболок умещается в один грузовой контейнер и какое отношение Фонд Форда имеет к учебным программам бизнес-школ по всему свету.

Как уже подчёркивалось, распределительные силы включают все технические и организационные меры, связанные с реализацией прибавочной стоимости, и действия, нацеленные на обеспечение реализации стоимости, то есть они относятся не только к тому, что происходит внутри отдельных компаний или даже в отдельных отраслях и цепочках создания стоимости, но и к тесно связанным друг с другом базовым институциональным структурам и политическим условиям, социальным практикам, нормам и т. п. Мы будем иметь дело с распределительными силами только в узком смысле слова — со стратегиями и технологиями, применяемыми экономическими акторами, а также с соответствующими им и развивающимися параллельно формами овладения рабочей силой и производительностью труда. В то же время всё это всегда остаётся составляющей развития производительных сил, а потому, как и сами производительные силы, является выражением тех же производственных отношений, в которые погружено.

Распределительные силы — феномен не новый, однако чем дольше существует капитализм, тем они важнее и необходимее как для отдельного предприятия, конкурирующего за успешную реализацию стоимости, так и для всей национальной экономики, конкурирующей за то, чтобы отсрочить следующий неминуемый кризис на максимально возможное время.

Цифровизация в этом контексте становится особенно удобным союзником: на уровне распределительных сил она оказывает намного большее влияние, чем на уровне производительных сил. Причина в том, что её технологии и бизнес-модели обещают три конкретные вещи: расширение рынка, стимулирование потребления, реализацию стоимости при минимальном риске. Это порождает новое качество. В том случае, когда цифровизация служит всё тому же порождению стоимости, то есть влияет на прибавочную стоимость, она во многом применяется так же, как и любая другая производительная сила. Новизна и отличие цифрового капитализма от его предшественника определяются, следовательно, на уровне реализации стоимости. Вот почему мы должны говорить о *капитализме распределительных сил*, если мы вообще желаем дать какое-то название этой фазе капитализма. В конечном счёте, новизна заключается в сдвиге экономической, а не технологической области. Распределительные силы, как и уровень их цифровизации, на самом деле не решают проблемы уязвимости капитализма перед кризисом, поскольку сами по себе они, как и бизнес-модели, на них ориентированные, подчиняются той же логике, ответом на которую они призваны стать. Кроме того, в контексте роста издержек и доли живого труда в области распределительных сил можно обнаружить и хорошо знакомые методы снижения издержек (в том числе на оборот).

Читатели, которые не ограничатся этим кратким «Введением», где многие аргументы приходится опустить, но перейдут к чтению самой книги, вероятно, ожидают каких-то замечаний о хронологическом развитии распределительных сил. Поклонники Маркса, возможно, успели заготовить несколько скептических вопросов. Всё это можно найти в главе 7. Поскольку вопросы о развитии рассматриваются в ней лишь вкратце, служа переходом к более полной в эмпирическом плане главе 8, тогда как скептические замечания интересны только тем, кто потратил какое-то время на изучение хотя бы нескольких из знаменитых трудов Маркса, будет достаточно отметить ключевые моменты: что касается хронологического развития, в период, начавшийся примерно с 1980-х гг., возникает вопрос о скачке, разрыве или расслоении. Бабочка или саранча? Что же касается отличия от других понятий теоретического аппарата Маркса, моя задача — установить связи с отношениями распределения и обращения, а также показать их отличия. И то и другое будет рассмотрено в главе 7, которую я рекомендую прочитать, но воздержусь от спойлеров.

### 1.5. Иллюстрации и разрушения

После преимущественно теоретического и аналитического изложения глава 8 представляется прежде всего эмпирической, поскольку в ней ещё больше, чем в предыдущих главах, я погружаюсь в цифровые глубины. Нет нужды говорить, что одна глава с эмпирическим материалом не может представить распределительные силы в их целостности, включая их взаимоотношения и развитие. Для этого потребовалась бы целая исследовательская программа. В этом смысле глава 8 — скорее иллюстрация и пробный камень, то есть она позволяет увидеть, становятся ли феномены цифрового капитализма понятнее при их исследовании через призму распределительных сил. Отправной точкой нам послужат корпорации, объединённые аббревиатурой GAFAM (Google, Amazon, Facebook\*, Apple и Microsoft), то есть главные герои почти любой диагностики современной цифровизации и отчасти важные референтные точки для авторов, пишущих о цифровом капитализме, обсуждавшихся в начале книги. Сравнение различных ключевых показателей деятельности этих компаний (вместе с тремя другими), взятых из их корпоративных годовых отчётов за 2019 г. и из некоторых других источников, показывает многие различия между ними. Только подход, основанный на распределительных силах, позволяет более точно понять причины этих различий. Такова первая эмпирическая иллюстрация.

Вторая позволяет выявить два катализатора, которые подкрепляют два основных мотива распределительных сил (расширение рынка и потребления) и являются специфическими для современного варианта капитализма чертами, а именно венчурный капитал и вездесущее потребление. Потоки венчурного капитала поддерживают обещание бесконечного рыночного потребления и в то же время становятся его жертвой. Как только цифровизация и нейронауки сопрягаются друг с другом, они порождают некоторые формы стимулирования потребления, всё больше становящиеся неизбежными.

Третья иллюстрация позволяет категоризировать господствующие модели цифрового бизнеса и наиболее важные на данный момент цифровые технологии, основываясь на теоретически проработанном понимании распределительных сил; она же показывает весь масштаб приоритета реализации стоимости. Ещё один аспект, всё более заметный, состоит в том, что одна компания оказалась особенно успешной в овладении распределительными силами — это Amazon. Её можно назвать «купеческим капиталом 4.0», и она представляет собой совершенно особый случай. Как вы уже, вероятно, догадались, но всё же стоит подчеркнуть ещё раз, что подход, основанный на распределительных силах, позволяет понять этот случай доскональнее.

Наконец, в четвёртой иллюстрации внимание обращается уже не на компании, но на труд в его конкретных категориях. Основываясь на количественном анализе, я показываю, как возросшее значение распределительных сил отражается на профессиях и рабочих местах. В целом все четыре эмпирические иллюстрации подчёркивают то, что гипотеза распределительных сил предлагает иной и пока не принимавшийся во внимание подход к пониманию капитализма в его цифровой форме.

Глава 9 представляет собой не столько заключение, сколько обзор возможностей. Что касается гипотез и терминологии, мы, скорее, распутаем этот клубок, чем свяжем в единое целое производительные и распределительные силы, отношения производства и воспроизводства. Вопрос о роли цифровизации и особенно искусственного интеллекта мы поставим также и с экологической точки зрения. Соответственно, в последней главе мы попытаемся присмотреться, опираясь опять же на Маркса и Поланьи, к отношениям и силам воспроизводства. В своё время Маркс и Поланьи были весьма обеспокоены вопросами, которые созвучны современным дискурсам цифровизации, а именно тем, что определённое применение технологии вкупе с определённой экономической логикой даёт не только продуктивные результаты, но также неизбежно и деструктивные. В работе Поланьи речь идёт об ущербе субстанции (то есть «человеческой и природной субстанции общества»), тогда как Маркс говорит о наличных производственных отношениях, которые (и в этом пункте заслуги его анализа ни в коем случае не нужно преуменьшать) не только связаны с эксплуатацией человеческого труда и естественных ресурсов, но и мешают человеку и обществу достичь своего полного потенциала. В заключение мы обсудим опасности, которые развитие распределительных сил создаёт для воспроизводства человечества, общества и природы, поднимем вопрос (связанный с новейшими вариантами цифровизации, а именно искусственным интеллектом и машинным обучением) о том, может ли цифровизация использоваться так, чтобы не стать разрушительной силой, пусть даже она действует в капитализме распределительных сил.

Однажды, в тот странный год, которым стал для нас 2020-й, когда из-за пандемии я постоянно работала дома, что, впрочем, для меня стало удачей, поскольку позволило сосредоточиться на книге, я оторвала взгляд от экрана компьютера и посмотрела в окно. В тот самый момент я увидела, как рабочие очищали рекламный столб<sup>10</sup> — весьма древний инструмент распространения рекламы (аналоговой, не цифро-

<sup>10</sup> Рекламный столб существует с 1855 г. [Reichwein 1980], но по-прежнему пользуется популярностью, так как представляется для многих полезным и привычным форматом для передачи информации. В немецких городах на данный момент действуют десятки тысяч таких столбов [FAW 2005], хотя их значительно обогнала и вытеснила из поля зрения наружная реклама, в том числе цифровая, то есть реклама в общественных местах на цифровых носителях — билборды, видеодисплеи и указатели, телевизоры в общественном транспорте и информационные экраны. В Германии в общественных местах установлено более 100 тысяч таких устройств, причём бюджеты отдельных рекламных кампа-

вой). Должна признать, что никогда даже не задумывалась о том, сколько слоёв рекламных объявлений приходится с таких столбов снимать. По прошествии определённого времени объявления и клей на столбе под воздействием дождя и палящего солнца превращаются в единую твёрдую массу. Конечно, если столб предполагается использовать и дальше, все эти слои на каком-то этапе приходится удалять. Я как раз и застала такой момент, наблюдая за тем, как рабочие срезали толстый бумажный цилиндр, орудуя вдоль него своей пилой. Они постепенно расширили радиус сломанного цилиндра, для чего его пришлось несколько раз дёрнуть и потянуть, что было определённно тяжёлым физическим трудом. Наконец, стал виден сам столб. Громоздкий затвердевший рулон, оказавшийся на тротуаре, был настолько тяжёлым, что его пришлось разрезать на куски пилой, как сваленное дерево. В итоге рекламный столб был освобождён и его можно было снова обклеивать рекламными объявлениями, которые провисели бы до тех пор, пока всю процедуру не пришлось бы повторить или пока его заменили бы его цифровой рекламой.

Возможно, это описание несколько неуклюже, но в то же время оно представляется довольно удачной аналогией распределительных сил и цифрового капитализма, то есть основного предмета этой книги. Во-первых, рассматривая развитие от старого рекламного столба до современных кампаний цифровой наружной рекламы, мы обнаруживаем замечательный эмпирический пример эволюции распределительных сил. Во-вторых, дорогостоящий процесс очистки столба служит метафорой того, что мы, собственно, и анализируем в этой книге, а именно распределительных сил как нового качества цифрового капитализма.

Если следовать всё той же метафоре столба, сегодня происходит следующее: использоваться начинает новый слой объявлений, наполненный более красочным цифровым контентом. Однако основа, то есть сам столб, или капиталистическая логика, сохраняется. На феноменальном уровне всё, однако, меняется до неузнаваемости. Производительные силы не замещаются распределительными. Гипотеза состоит не в этом (в конце концов, этого не допускает простая логика, поскольку эти последние силы являются составной частью первых). Следовательно, вопрос не в том, когда аналоговый рекламный столб, а вместе с ним и работа по расклейке и сдиранию рекламных объявлений будут повсеместно заменены устройствами для цифровой наружной рекламы. Вопрос намного серьёзнее. Ведь мы начали не с вопроса о том, во что цифровизация превращает капитализм; нас интересует, какие механизмы капитализма закрепляются, упрочиваются и смещаются (и почему), и какую роль во всём этом процессе играет цифровизация. Именно в этом пункте становится интересной замена столба, поскольку, с одной стороны, она обеспечивает бесконечное увеличение частоты смены объявлений, тогда как издержки обращения в перспективе можно свести к минимуму. С другой стороны, издержки, скорее всего, даже возрастут, поскольку, чтобы освоить фонды, которые выделяются на цифровую рекламу, потребуется больше рекламных фирм. Кроме того, управление многоканальными клиентскими проектами, включающими отдельный рекламный столб в большую маркетинговую стратегию, требует новых навыков и определённой квалификации. А это, безусловно, влечёт намного более высокие расходы, если сравнивать с затратами на печать рекламных объявлений, их расклейку и удаление. Тут же в игру вступает и конкуренция. Внезапно автобусная остановка рядом с рекламным столбом тоже становится цифровой наружной рекламой, тогда как рекламный эффект собственно столба, который в общем-то оценить всегда было сложно, сокращается.

Таким образом, отдельный рекламный столб — не только инструмент расширения рынка и стимуляции потребления. На самом деле он создаёт новые основания для расширения рынка и увеличения способов поощрения потребления. Для каждой конкретной компании результат, возможно, будет неопределённым, несмотря на все оценки импакта, но так или иначе экологический и социальный след

---

ний составляют от одного до десяти миллионов евро [FAW 2020]. Кроме того, наружная реклама считается третьим по скорости роста направлением рекламного рынка [Warner 2020: 490].

останется. Именно так обнаруживается во всей её красе дилемма капитализма распределительных сил, опирающегося на цифровизацию.

## 2. Цифровой капитализм: новая ревизия?

Термин «цифровой капитализм» новым считать нельзя, я не собираюсь предъявлять на него права или его переизобретать. Он просто удачно подходит для анализа, представленного в этой книге, то есть для анализа капитализма в эпоху цифровизации. Однако моя цель не в том, чтобы описать цифровой характер капитализма или же представить цифровизацию по самой своей природе капиталистической. Обе задачи тривиальны, и обе довольно часто решались. В 1998 г., когда я писала магистерский диплом, посвящённый труду, связанному с Интернетом, и в основном занималась информационным брокерством в нём, книга Дэна Шиллера «Digital Capitalism» («Цифровой капитализм») ещё не была издана. В то время уже вошло в привычку использовать определённые прилагательные или существительные вместе со словами «капитализм» и «общество», чтобы описать то, что ныне мы называем «цифровизацией». Все началось с «цифрового общества» [Crawford 1983], обсуждавшегося с начала 1970-х гг., потом стали говорить о «сетевом обществе» [Castells 2000], тогда как сегодня в моде термин «надзорный капитализм» [Zuboff 2019]. Я, однако, воздержусь от всех этих диагнозов, вышедших на мировую сцену после появления Интернета и рассматривающих с разных точек зрения новые технологии. В то же время критическое сопоставление с другими подходами способно прояснить — и для самого автора, и для читателей, стремящихся его понять, — то, что желает и что может выполнить тот или иной подход, а что не может. Для этого я ограничусь определённой выборкой: для начала есть смысл рассмотреть работы Дэна Шиллера, автора, придумавшего термин «цифровой капитализм» (см. главу 2, раздел 2.1). Важно рассмотреть этот исходный текст, поскольку у Шиллера та же судьба, что и у многих других авторов: его термин используют часто, но его основные идеи излагают в довольно усечённом и часто попросту искажённом виде. Дэн Шиллер — американский историк экономики и техники, в чьём подходе информационные и коммуникационные технологии связываются с геополитикой. Его книга «Цифровой капитализм» [Schiller 1999] одной из первых представляла глубокое исследование Интернета, в те времена ещё только-только зарождающегося, с политико-экономической точки зрения, определяла его историческое место и позволяла систематически рассматривать рыночные отношения и (технологические) сети в качестве единого целого. Наряду с этим первоначальным диагнозом я выбрала также две другие книги, которые послужат рамкой моему исследованию<sup>11</sup>:

Второе крупное исследование цифровых технологий и капитализма, представленное Шиллером, появилось через 15 лет после первого и позволило связать актуальные процессы в экономике с опытом финансового кризиса 2007–2008 гг. [Schiller 2014]. В этом исследовании Шиллер сохраняет верность своему исходному, историческому и геополитическому, подходу к цифровому капитализму. Поскольку в аналитическом плане две его книги во многом перекрываются, я рекомендую прочитать их обе.

Майкл Бетанкур, ещё один американский автор, занимается критической теорией, а также критикой кино и медиа. Кажется, что его исследование хорошо стыкуется с Дэном Шиллером, поскольку название книги обещает критику цифрового капитализма, а также политико-экономической анализ цифровой культуры и технологии [Betancourt 2015]. Но, несмотря на некоторые очевидные параллели, Бетан-

<sup>11</sup> Вопросы, обсуждаемые в этой книге, достаточно сложны. Политико-экономические исследования требуют точного словоупотребления. По возможности я стараюсь не отступать от этого требования (но, наверное, иногда терплю неудачу). Опыт научил меня тому, что это не всегда легко, особенно при анализе цифрового капитализма, поскольку аргументы в различных научных работах не всегда формулируются с той строгостью, на которую можно было бы надеяться. На это есть две причины: во-первых, «цифра» и «имматериальное» часто соблазняют авторов использовать метафоры, которые не слишком-то проясняют рассматриваемый вопрос, а временами вносят ещё большую путаницу. Во-вторых, когда многие авторы говорят о капитализме, они часто ссылаются на Маркса, однако его понятия нередко используются не вполне точно, что не всегда приводит к анализу, способному что-либо прояснить.

кур в своей книге на Дэна Шиллера не ссылается. Его книга, являющаяся сборником статей, опирается, во многом как и работа Шиллера, на сравнения с миром финансов.

Исследования обоих появились сравнительно недавно, в них описываются новейшие процессы цифрового капитализма. Кроме того, их авторы занимают безусловно критическую позицию по отношению к капитализму, тогда как сам термин «цифровой капитализм» используется в явном виде и выводится на передний план. Ещё одна общая черта этих работ состоит в том, что оба автора придерживаются одного диагноза: они указывают на связи и линии развития, которые выходят далеко за пределы узкого понимания информационной экономики или технологического развития. Наряду с этим сходством в исследованиях обнаруживаются и дисциплинарные различия, а потому у них разные центры тяжести, которые, в частности, допускают более широкий и продуктивный взгляд на цифровой капитализм<sup>12</sup>.

Так или иначе, я ограничусь тремя тематическими комплексами, особенно плодотворными для моей последующей аргументации. Оба упомянутых автора рассматривают выделенные здесь тематические ареалы, демонстрируя при этом некоторое содержательное сходство, а также близость понятий и терминов, но в то же время и некоторые существенные различия.

1. *Динамика — Трансформация — Акторы* (см. главу 2, раздел 2.2). Вопросы, рассматриваемые в этом разделе, таковы: что именно происходит и на основе какой динамики? Другими словами, насколько драматично и революционно или, напротив, постепенно и эволюционно развитие, оцениваемое каждым из авторов? С чем именно мы имеем дело — с фундаментальной трансформацией *внутри* капитализма или трансформацией *самого* капитализма? На каких полях и акторах сосредоточивается каждый из двух названных авторов?
2. *Имматериальность — Труд — Стоимость* (см. главу 2, раздел 2.3). Здесь на первый план выходит вопрос «почему?». Как именно объясняют два наших автора происходящие перемены? Где или в чём они видят исходный мотив того, что считают реальной новизной цифрового капитализма? Какими явлениями они обосновывают свои послышки? Почему имматериальное фундаментально меняет основные элементы экономики, а именно труд и стоимость?
3. *Дефицит — Избыток — Кризис* (см. главу 2, раздел 2.4). Какой передаточный механизм экономики, который можно было бы объяснить в рамках капиталистической логики, связывает всё это воедино? На каком уровне возможно объяснение — на уровне причин или следствий? Какое взаимодействие между цифрой и экономической сферой описывают наши авторы?

Затем, отправляясь от Дэна Шиллера и Майкла Бетанкура, мы разберём ещё ряд вопросов: что меняется? Как и почему заметны изменения? Что является причиной, а что следствием? Иными словами, мы попытаемся проложить путь от феноменов к динамике, которая ими движет. В конечном счёте, две первые тематические области обычно рассматриваются при диагностике современных явлений, так или иначе описывающей цифровизацию или «индустрию 4.0». В большинстве случаев в качестве главного фактора называются технологические изменения или же цифра как таковая, что освобождает авторов таких концепций от поиска иных причин. Но два наших автора на этом не останавливаются

<sup>12</sup> Некоторые читатели могут подумать, что разница в возрасте между двумя авторами могла бы иметь значение: действительно, Дэн Шиллер написал свою диссертацию, когда Майкл Бетанкур учился в начальной школе. Представление о том, что цифровые туземцы (те, кто родился в цифровом мире) и цифровые иммигранты (приобретающие соответствующие знания и опыт уже взрослыми) воспринимают и используют Интернет по-разному, весьма распространено. Однако, если отбросить биографические подробности, возрастные различия между названными исследованиями обнаружить не удаётся. И это не должно удивлять, если учесть множество эмпирических данных, говорящих о том, что расхождения между цифровыми туземцами и иммигрантами, определяемые в категориях возраста или возрастной когорты, не подтверждаются [Thomas 2011].

ся. Любой, кто говорит о цифровом капитализме и занимает политико-экономическую точку зрения, обычно предполагает, что причины или следствия лежат в чем-то другом и, главное, на более глубоком уровне. Экономика становится чем-то большим, нежели пространство, в котором отдельные фирмы заняты цифровизацией, а рабочих сменяют роботы. Тогда как политика перестаёт быть всего лишь инстанцией власти, вводящей или отменяющей определённые нормы. Соответственно, как мы увидим далее, в первой и второй тематических областях Шиллер и Бетанкур во многом повторяют другие подходы к интерпретации актуальных процессов, которые не предполагают какой-либо критики капитализма. Политико-экономическая точка зрения обоих авторов в большей степени выражается в третьей тематической сфере.

## Литература

- Bendell J. 2016. *Does Capitalism Need Some Marxism to Survive the Fourth Industrial Revolution?* URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/could-capitalism-need-some-marxism-to-survive-the-4th-industrial-revolution/>
- Betancourt M. 2015. *The Critique of Digital Capitalism: An Analysis of the Political Economy of Digital Culture and Technology*. Brooklyn; New York: Punctum Books.
- Castells M. 2000. *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Crawford S. 1983. The Origin and Development of a Concept: The Information Society. *Bulletin of the Medical Library Association*. 71 (4): 380–385.
- FAW. 2005. *Die Allgemestelle. Rundum gelungene Werbung*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. URL: [https://faw-ev.de/media/downloads/allgemeinstelle\\_rundum\\_gelungene\\_werbung.pdf](https://faw-ev.de/media/downloads/allgemeinstelle_rundum_gelungene_werbung.pdf)
- FAW. 2020. *Key2OOH. Werbewirkungsstudie*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. URL: [https://faw-ev.de/media/downloads/2020/faw\\_werbewirkungsstudie\\_key2ooh\\_charts.pdf](https://faw-ev.de/media/downloads/2020/faw_werbewirkungsstudie_key2ooh_charts.pdf)
- Friedman M. 1970. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times*. September 13 (Section SM): 17.
- Mazzucato M. 2018. *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*. London: Allen Lane; см. также рус. перев.: Маццукато М. 2021. *Ценность всех вещей. Создание и изъятие в мировой экономике*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Nassehi A. 2019. *Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: C. H. Beck.
- Reichwein S. 1980. *Die Litfaßsäule. Die 125jährige Geschichte eines Straßmöbels aus Berlin*. Berlin: Berliner Forum. URL: [https://faw-ev.de/media/downloads/die-litfasaeule\\_125j-geschichte.pdf](https://faw-ev.de/media/downloads/die-litfasaeule_125j-geschichte.pdf)
- Schiller D. 1999. *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*. Cambridge; London: MIT Press.
- Schiller D. 2014. *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*. Urbana; Chicago; Springfield: University of Illinois Press.
- Schwab K., Malleret T. 2020. *COVID-19: The Great Reset*. Cologny, Geneva: World Economic Forum.

- Streeck W. 2017. *Buying Time: The Delayed Crisis of Democratic Capitalism*. London; New York: Verso.
- Thomas M. (ed.) 2011. *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology, and the New Literacies*. New York; London: Routledge.
- Warner C. 2020. Print and Out of Home. In: Warner C., Lederer W., Moroz B. (eds) *Media Selling: Digital, Television, Audio, Print and Cross-Platform*. Hoboken: John Wiley & Sons; 475–494.
- Zuboff Sh. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism*. London: Profile; см. также рус. перев.: Зубофф Ш. 2022: *Эпоха надзорного капитализма*. М.: Издательство Института Гайдара.

## NEW TRANSLATIONS

Sabine Pfeiffer

# Digital Capitalism and Distributive Forces (excerpt)

PFEIFFER, Sabine —

Professor of sociology,  
Friedrich-Alexander-  
Universität Erlangen-  
Nürnberg. Адрес: 246c  
Fürther Str., 90429  
Nürnberg, Germany.

Email: [sabine.pfeiffer@fau.de](mailto:sabine.pfeiffer@fau.de)

### Abstract

In her book *Digital Capitalism and Distributive Forces*, sociology professor Sabina Pfeiffer questions the idea that digitalization is a technology that replaces human labor. In her analysis of the novelties brought by digitalization and digital capitalism, the author introduces the concept of distributive powers by analogy with Marx's concept of productive power. Pfeiffer shows that digital capitalism is aimed not so much at the efficient production of value, but rather at its rapid, risk-free and permanently guaranteed implementation in the markets. Studying this dynamic and its consequences also leads to the question of how destructive the distributional forces of digital capitalism can be.

The *Journal of Economic Sociology* publishes an Introduction where Pfeiffer formulates the main assumption, which she develops on a theoretical and empirical level in the presented book. The hypothesis is related to the problem of modern capitalism, where economic value is provided only by successful sales. Additionally, Pfeiffer discusses what constitutes the novelty of digital capitalism and what its immanent diagnoses are. Finally, the author provides a detailed overview of the book's structure and its main ideas.

**Keywords:** digital capitalism; digitalization; technological progress; distributive forces; production; market.

### References

- Bendell J. (2016) *Does Capitalism Need Some Marxism to Survive the Fourth Industrial Revolution?* Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/could-capitalism-need-some-marxism-to-survive-the-4th-industrial-revolution> (accessed 23 June 2016).
- Betancourt M. (2015) *The Critique of Digital Capitalism: An Analysis of the Political Economy of Digital Culture and Technology*, Brooklyn; New York: Punctum Books.
- Castells M. (2000) *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture*, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Crawford S. (1983) The Origin and Development of a Concept: The Information Society. *Bulletin of the Medical Library Association*, vol. 71, no 4, pp. 380–385.
- FAW (2005) *Die Allgemeinstelle. Rundum gelungene Werbung*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. Available at: [https://faw-ev.de/media/downloads/allgemeinstelle\\_rundum\\_gelungene\\_werbung.pdf](https://faw-ev.de/media/downloads/allgemeinstelle_rundum_gelungene_werbung.pdf) (accessed 17 September 2020).

- FAW (2020) *Key2OOH. Werbewirkungsstudie*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. Available at: [https://faw-ev.de/media/downloads/2020/faw\\_werbewirkungsstudie\\_key2ooh\\_charts.pdf](https://faw-ev.de/media/downloads/2020/faw_werbewirkungsstudie_key2ooh_charts.pdf) (accessed 17 September 2020).
- Friedman M. (1970) The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times*, September 13, Section SM, p. 17.
- Mazzucato M. (2018) *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*, London: Allen Lane.
- Nassehi A. (2019) *Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft*, München: C. H. Beck.
- Reichwein S. (1980) *Die Litfaßsäule. Die 125jährige Geschichte eines Straßenmöbels aus Berlin*, Berlin: Berliner Forum. Available at: [https://faw-ev.de/media/downloads/die-litfasaeule\\_125j-geschichte.pdf](https://faw-ev.de/media/downloads/die-litfasaeule_125j-geschichte.pdf) (accessed 17 September 2020).
- Schiller D. (1999) *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*, Cambridge; London: MIT Press.
- Schiller D. (2014) *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*, Urbana; Chicago; Springfield: University of Illinois Press.
- Schwab K., Malleret T. (2020) *COVID-19: The Great Reset*, Cologny, Geneva: World Economic Forum.
- Streeck W. (2017) *Buying Time: The Delayed Crisis of Democratic Capitalism*, London; New York: Verso.
- Thomas M. (ed.) (2011) *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology, and the New Literacies*, New York; London: Routledge.
- Warner C. (2020) Print and Out of Home. *Media Selling: Digital, Television, Audio, Print and Cross-Platform*. (eds. C. Warner, W. Lederer, B. Moroz), Hoboken: John Wiley & Sons, pp. 475–494.
- Zuboff Sh. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism*, London: Profile.

**Received:** January 9, 2024

**Citation:** Pfeiffer S. (2024) Tsiphrovoy kapitalizm i raspredelitel'nye sily [Digital Capitalism and Distributive Forces (excerpt)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 101–122. doi: 10.17323/1726-3247-2024-3-101-122 (in Russian).